

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR -
MATRIZ**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA GENERAR INGRESOS
MEDIANTE TRABAJOS EVENTUALES EN LA CIUDAD DE
QUITO PARA EL AÑO 2018**

SOFÍA NICOLE IZQUIERDO ROMERO

DIRECTORA: MBA. MARÍA FERNANDA LARA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN Y ESTRATEGIA DE
MARKETING**

QUITO, FEBRERO 2018

DIRECTOR:

MBA. María Fernanda Lara

INFORMANTES:

Dra. Fanny Ríos

Msc. Francisco Moscoso

DEDICATORIA

A Dios y a la Dolorosa y a mi ángel, Katy, por guiarme desde arriba, y a toda mi familia, hermana, hermanos, tías, tíos, y sobrinos por ser mi guía y fuerza en los momentos que más he necesitado y porque siempre me han brindado su apoyo de manera incondicional les dedico este nuevo logro en mi vida. Sobre todo, a mis padres y a Maminita, por ser mi mayor ejemplo de lucha, los mejores padres y grandes personas.

Sofía Nicole Izquierdo Romero

AGRADECIMIENTO

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por permitirme adquirir los mejores conocimientos para mi superación profesional.

A mi directora, e informantes quiénes supieron guiarme de la mejor manera durante la realización del presente trabajo.

A mis amigos y amigas por ser esas personas tan incondicionales en mi vida y por todas sus palabras de aliento en todos los momentos de mi vida.

Sofía Nicole Izquierdo Romero

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	3
1.1 Análisis del macroentorno	3
1.1.1 Factores Económicos	3
1.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)	4
1.1.1.2 Inflación.....	6
1.1.1.3 Tasas de interés.....	7
1.1.2 Factores Políticos.....	9
1.1.3 Factores Legales	12
1.1.4 Factores Sociales, Culturales y Demográficos	13
1.1.4.1 Estructura de la Población Económicamente Activa (PEA)	14
1.1.5 Factores Tecnológicos	15
1.2 Análisis del microentorno.....	17
1.2.1 Barreras de Entrada y de Salida.....	17
1.2.1.1 Barreras de Entrada	17
1.2.1.2 Barreras de Salida	17
1.2.2 Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	18
1.2.2.1 Poder de Negociación de los Clientes	18
1.2.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores.....	19
1.2.2.3 Amenaza de Nuevos Entrantes	19
1.2.2.4 Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos.....	20
1.2.2.5 Rivalidad entre los Competidores.....	20
2 ANÁLISIS DE MERCADO.....	23
2.1 Investigación de mercado	23
2.1.1 Identificación del Problema.....	23
2.1.2 Objetivos de la Investigación de Mercado	24
2.1.2.1 Objetivo General.....	25
2.1.2.2 Objetivos Específicos	25

2.2	Diseño de la investigación	25
2.2.1	Metodología de la Investigación.....	26
2.2.2	Fuentes para la Recolección de Información.....	27
2.2.2.1	Fuentes Primarias de Información	27
2.2.3	Procesamiento de Datos.....	27
2.3	Segmentación Del Mercado.....	28
2.3.1	Definición de la Población	28
2.3.2	Definición de la Muestra	30
2.3.3	Diseño de la Encuesta.....	33
2.3.3.1	Modelo Encuesta 1 (OFERENTES)	33
2.3.3.2	Modelo Encuesta 2 (DEMANDANTES)	33
2.3.4	Tabulación, representación gráfica de resultados e interpretación.....	33
2.3.4.1	Encuesta 1 – Oferentes	33
2.3.4.2	Encuesta 2 – Demandantes	40
2.3.5	Definición del Mercado Objetivo	47
2.3.6	Determinación de la Demanda	48
2.3.7	Determinación de la Oferta.....	48
3	PLAN DE MARKETING	50
3.1	Análisis Situacional	50
3.1.1	Análisis Interno.....	51
3.1.1.1	Filosofía del negocio	51
3.1.1.2	Objetivos del negocio	52
3.1.1.3	Análisis FODA	53
3.1.1.4	Matriz QSPM.....	55
3.2	Plan estratégico de marketing mix.....	57
3.2.1	Estrategia de Producto	57
3.2.2	Estrategia de Plaza.....	60
3.2.3	Estrategia de Precio	64
3.2.4	Estrategia de Promoción	66
4	ANÁLISIS FINANCIERO.....	74
4.1	Inversión inicial	74
4.1.1	Fuentes de Financiamiento	75

4.1.1.1	Tabla de Amortización de Préstamo Bancario	75
4.2	Proyección de costos y gastos	77
4.3	Proyección de ingresos	78
4.4	Fijación de precios	79
4.5	Estado de situación financiera inicial de la empresa	80
4.6	Estado de resultado integral de la empresa proyectado	81
4.7	Flujo de caja proyectado	82
4.8	Indicadores financieros	84
4.8.1	WACC	84
4.8.2	VAN.....	84
4.8.3	TIR.....	85
4.8.4	ROI	85
4.8.5	Recuperación de la inversión.....	86
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1	Conclusiones.....	87
5.2	Recomendaciones	88
	REFERENCIAS.....	91
	ANEXOS.....	96
	Anexo 1: Evolución de los Principales Componentes del PIB	97
	Anexo 2: Evolución del Producto Interno Bruto – PIB 2010-2016.....	98
	Anexo 3: Inflación Urbana – 1990-2016, Porcentajes.....	99
	Anexo 4: Encuesta para empresas	100
	Anexo 5: Encuesta para solicitud de trabajos eventuales	102
	Anexo 6: Cotizaciones Estrategias Marketing Mix	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Porcentaje de Tasas de Interés, a enero 2016	9
Tabla 2: Visiones del país, “Un millón de ideas para el programa de Gobierno 2017-2021”	11
Tabla 3: Población	29
Tabla 4: Tamaño de Empresas en el Ecuador	29
Tabla 5: Cálculo del tamaño de la muestra para Demandantes (Personas)	31
Tabla 6: Segmentación población	32
Tabla 7: Cálculo muestra población	32
Tabla 8: Segmentación empresas	32
Tabla 9: Cálculo del tamaño de la muestra para Oferentes (PYMES)	32
Tabla 10: Desarrollo Matriz QSPM	56
Tabla 11: Presupuesto de Producto	59
Tabla 12: Características del programa de desarrolladores de Apple	61
Tabla 13: Características del programa de desarrolladores de Google Play	62
Tabla 14: Presupuesto de Plaza	64
Tabla 15: Presupuesto de precio	66
Tabla 16: Presupuesto promoción	73
Tabla 17: Inversión Inicial	75
Tabla 18: Tabla de amortización	76
Tabla 19: Porcentaje promedio de Inflación de Precios	77
Tabla 20: Proyección de Costos y gastos 2018	77
Tabla 21: Porcentaje de crecimiento de los Ingresos de aplicaciones móviles en todo el mundo de 2011 a 2017	78
Tabla 22: Proyección Ingresos Anual 2018	78
Tabla 23: Fijación de precios	79
Tabla 24: Estado de Situación Inicial	80
Tabla 25: Estado de Resultados Integral	81
Tabla 26: Flujo de caja proyectado	83
Tabla 27: Cálculo WACC	84
Tabla 28: Cálculo VAN y TIR	85
Tabla 29: Cálculo de recuperación de la inversión	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producto Interno Bruto – PIB 2012-2016, Tasas de variación trimestral	4
Figura 2: Inflación anual en los meses de mayo – 2007-2016, Porcentajes	6
Figura 3: Estructura de la PEA Nacional Urbana, 2009-2016.....	14
Figura 4: Estructura de empresas según su tamaño	29
Figura 5: Número de empleados	33
Figura 6: Lugar de localización de la empresa	34
Figura 7: ¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa?	34
Figura 8: ¿Con qué frecuencia su personal se ausenta al trabajo sin previo aviso?	35
Figura 9: ¿Cuál es la forma en que resuelven este problema de inasistencia?	35
Figura 10: ¿Le gustaría tener una aplicación móvil para buscar personal temporal de inmediato?.....	36
Figura 11: ¿Cómo le gustaría ingresar sus requerimientos?	37
Figura 12: ¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel operativo que cubre una inasistencia de su personal?.....	37
Figura 13: ¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel administrativo que cubre una inasistencia de su personal?.....	38
Figura 14: ¿Qué información le gustaría que conste en la aplicación sobre el personal temporal?	39
Figura 15: ¿Qué perfil de empleado espera encontrar en nuestra base de datos?.....	39
Figura 16: Personal que con frecuencia usted requeriría para reemplazos de que área..	40
Figura 17: Edad.....	40
Figura 18: Ciudad en la que reside	41
Figura 19: ¿Cuál es su nivel de estudios?	41
Figura 20: Elija su situación actual.....	42
Figura 21: ¿Usted se encuentra actualmente laborando?	42
Figura 22: Bajo que modalidad laboral se encuentra.....	43
Figura 23: ¿Cuánto es su ingreso mensual?	43
Figura 24: Ingreso extra.....	44
Figura 25: ¿Cómo le gustaría recibir información de este servicio?	44
Figura 26: ¿En qué horario le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales?.....	45

Figura 27: ¿Con qué frecuencia le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales? ...	45
Figura 28: Por un contrato del día que se pague \$10 (hora), estaría dispuesto a pagar a la empresa caza talentos una comisión.....	46
Figura 29: Señale las áreas en las que posee experiencia laboral	46
Figura 30: Definición del Mercado Objetivo.....	47
Figura 31: Logotipo “Work Today EC”	58
Figura 32: Diseño de la aplicación	59
Figura 33: Planos de oficina	63
Figura 34: Resultados de investigación del mercado acerca de la pregunta de cuánto estaría dispuesto a pagar a la empresa caza talentos una comisión	65
Figura 35: Hoja volante	68
Figura 36: Díptico.....	69

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo consistió en la elaboración de un plan de marketing para la comercialización de una aplicación móvil dedicada a generar ingresos mediante trabajos eventuales en la ciudad de Quito para el presente año.

La idea de crear una aplicación móvil nace a través de ver la necesidad que tienen las personas de generar ingresos adicionales por medio de la realización de trabajos espontáneos o temporales que independientemente de su situación puedan generarles un beneficio. De igual manera, también se considera la necesidad de los proveedores de contratar fuerza laboral para sus operaciones. Sabiendo que uno de los mayores problemas sociales y económicos en el país durante los últimos años ha sido y es hasta ahora, el alto desempleo que estamos viviendo.

El objetivo del presente estudio realizado, el cual está conformado por cinco capítulos, es establecer un correcto plan de marketing que gire en torno al lanzamiento de la aplicación móvil que permita a sus usuarios ofertar y encontrar trabajos espontáneos o temporales, siendo la aplicación el intermediario que posibilite el contacto entre ambas partes.

Se propone el presente plan de marketing, de la siguiente manera: El primer capítulo hace referencia al análisis del entorno, en el cual se detallaron y analizaron los factores internos como externos que afectan al proyecto.

En el segundo capítulo se procedió a realizar el análisis de mercado, donde se aborda la investigación de mercado, utilizando como principal técnica para la recolección de información, la realización de encuestas dirigidas a dos diferentes tipos de mercados objetivos.

En el tercer capítulo se desarrolló el plan de marketing mediante la formulación de estrategias para cada uno de los componentes del marketing mix a partir de los datos obtenidos mediante la investigación de mercados realizada, con la finalidad de lograr una

exitosa comercialización de la aplicación, darse a conocer en el mercado y lograr un posicionamiento en la mente de los usuarios.

El cuarto capítulo trata acerca del análisis financiero de acuerdo a los estudios y resultados obtenidos durante el progreso de la presente investigación.

Posteriormente, el quinto y último capítulo corresponde al establecimiento de conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en base a la realización de la presente investigación.

INTRODUCCIÓN

“WORK TODAY EC” es un proyecto coyuntural, que, por medio de un enfoque social y económico, vio una oportunidad de negocio en la necesidad que tienen las personas de generar ingresos por medio de la realización de trabajos espontáneos o temporales que independientemente de su situación puedan generarles un beneficio. Y de igual manera, también se considera la necesidad de las empresas de contratar fuerza laboral temporal para sus operaciones.

En respuesta a esta necesidad, “WORK TODAY EC”. Ha creado una herramienta informática útil y eficaz que facilita la consecución de empleo a corto plazo, ofreciendo oportunidades laborales diarias, para generar y conseguir empleo a corto plazo.

Satisfaciendo las necesidades de empleadores que requieren personal y a personas que no poseen empleo o a su vez éste es muy limitado, para de esta manera generar mayores oportunidades y brindar mayor competitividad dentro del mercado laboral.

El propósito de la realización del proyecto de investigación es establecer un plan de marketing adecuado, para la comercialización que gire en torno al lanzamiento de una aplicación móvil que permita a sus usuarios ofertar y encontrar trabajos espontáneos o temporales, siendo la aplicación móvil el contacto intermediario que posibilite el contacto entre ambas partes para que se realice la transacción cumpliendo las garantías necesarias.

Sabiendo que la comercialización de ser considerada una intermediaria entre la producción y el consumo pasó a ser un proceso de evolución y adaptación a las condiciones del entorno y los mercados, es por eso que la comercialización está muy vinculada a los negocios y actividades comerciales.

Por lo que es necesario desarrollar esta investigación para realizar una comercialización adecuada mediante un estudio integral que determine el mercado objetivo al que iría enfocado, el análisis de los competidores, determinación de la demanda, y estrategias de marketing con el fin de crear una propuesta óptima, la cual, de empezar su puesta en

marcha, pueda iniciar sus actividades con un modelo de ingresos y plan de marketing, poder trabajar en un marketing mix que juegue con las 4 Ps y que encuentre esa satisfacción constante en el cliente que garantice operaciones rentables para el presente emprendimiento.

La adecuada implementación de un plan de marketing logrará captar y fidelizar mayor cantidad de clientes potenciales, mediante un correcto manejo del mismo y una planificación apropiada se espera lograr posicionamiento y crecimiento permanente, teniendo mayores posibilidades de tener éxito con el lanzamiento de la aplicación.

“Work Today EC” durante el 2018, espera ser un proyecto con mucho potencial, que, de tener una gestión adecuada principalmente en aspectos publicitarios y operacionales, puede llegar a generar buenos resultados para sus accionistas, debido a la falta de competencia a nivel local, pero sobre todo gracias a su utilidad dentro del medio en el que se desarrolla.

1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para la elaboración del presente proyecto es de vital importancia conocer los diferentes aspectos que pueden incidir de manera directa e indirecta con el desarrollo del negocio que se pretende crear. Por lo que dentro de este capítulo el análisis del entorno se lo dividió en macroentorno, análisis del ambiente externo del entorno del Ecuador, y un microentorno, análisis del ambiente interno con respecto a la competencia. Con la finalidad de analizar todos los factores importantes que pueden afectar a la introducción de la aplicación móvil propuesta al mercado.

1.1 Análisis del macroentorno

El macroentorno forma parte del análisis de situación con respecto al ambiente externo de las empresas se lo puede entender como “el análisis de las tendencias de las seis fuerzas importantes del entorno: demográfica, económica, sociocultural, natural, tecnológica y político-legal” (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2012, pág. 74).

Es necesario analizar todas las fuerzas del macroentorno ya que las mismas brindarán un panorama amplio y claro para poder entender la realidad en cuanto a las tendencias del mercado y en base a estas poder diseñar un plan de mercadeo que pueda ser efectivo para la comercialización de una aplicación móvil para generar ingresos mediante trabajos eventuales en la ciudad de Quito para el siguiente año. Para la presente investigación se determinaron las siguientes variables como objeto de estudio y análisis:

1.1.1 Factores Económicos

El entorno económico está compuesto por diferentes factores económicos que inciden en la accesibilidad económica de los consumidores o poder adquisitivo de los mismos, entendiendo que “El poder adquisitivo de una economía depende del ingreso, de los precios, de los ahorros, del endeudamiento y de las facilidades de crédito” (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2012, pág. 77).

Las fuerzas económicas afectan el bienestar general de una nación, lo cual a su vez influye en la capacidad de las compañías e industrias para obtener una tasa de rendimiento adecuada. Los cuatro factores más importantes del macroambiente son: la tasa de crecimiento de la economía, las tasas de interés, los tipos de cambio de divisas y los índices de inflación (o deflación). Debido a que el crecimiento económico conduce a un aumento del desembolso del cliente, suele producir una relajación general de las presiones competitivas en una industria (Hill & Jones, 2009, pág. 66).

Todos estos elementos, así como también las acciones relacionadas con las políticas aplicadas por cada país tienen efectos directos en la economía debido a que poseen un fuerte impacto al momento de tomar decisiones en cuanto al poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. Por lo que para realizar el análisis del Ecuador se detallan a continuación los principales indicadores, que se describen por separado:

1.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Los 7 años de Rafael Correa en el Palacio de Carondelet se han traducido en cambios en la administración del Estado y en el escenario.

El producto interno bruto es el principal indicador de la evolución economía de una nación, “es la medida de valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un año en un país” (Samuelson Nordhaus, 2005).

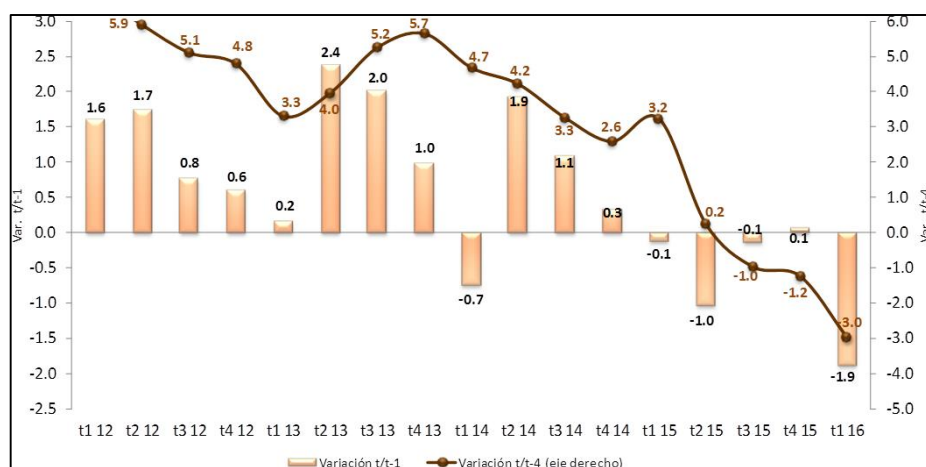


Figura 1: Producto Interno Bruto – PIB 2012-2016, Tasas de variación trimestral

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Estadística Económica del Banco Central del Ecuador

Durante los últimos cinco años la economía del país ha experimentado importantes desaceleraciones, como se puede observar en la Figura 1, durante el año 2011 el Producto Interno Bruto de Ecuador creció un 7,9%, a partir de ese año se presentaron considerables decrecimientos en la variación porcentual del PIB, durante los períodos 2012-2016 al mantenerse a la baja.

En el año pasado 2016, el Ecuador registro una desaceleración de -1,5% a precios constantes, por lo que los componentes del PIB registraron un decrecimiento en sus resultados con relación al año 2015, siendo la Formación Bruta de Capital Fijo, principal componente del PIB, la que presentó una mayor contracción. (BCE, 2017) Anexo 1.

Según predicciones del Fondo Monetario Internacional – FMI, en el reporte sobre la economía nacional, analiza la situación antes del desastre natural del terremoto del año pasado, donde el FMI ajustó su proyección del Producto Interno Bruto (PIB) para este año a -2,3%, mejor que la proyección realizada en abril pasado, cuando pronosticó -4,5%. No obstante, el organismo multilateral prevé que la economía nacional tendrá cifras positivas recién en el 2021, con un 1,5% de crecimiento (El Comercio, 2016).

La economía ecuatoriana desde hace ya varios años, tentativamente a partir del año 2012, muestra un panorama real acerca de que se encuentra en recesión, debido a los altos porcentajes de decrecimiento de los últimos dos años interpretándolos como una desaceleración económica, cuya representación se encuentra en el Anexo 2.

Siendo la primera vez que el Ecuador tiene dos años consecutivos de recesión, al menos desde que hay información del PIB, es decir desde el gobierno de Galo Plaza, si llegamos a tener 5 años de recesión seria todo un récord en el país, uno bastante triste.

Una desaceleración económica (recesión) provoca una disminución del desembolso del cliente, aumenta la presión competitiva. El deterioro económico con frecuencia ocasiona guerras de precios en industrias maduras (Hill & Jones, 2009).

Es decir, el tener una variación negativa del PIB durante los últimos años en el país, significa que se he producido menos que el año anterior, esto representa que las empresas han fabricado menos productos y han ofrecido menos servicios y como consecuencia las

empresas se han visto en la necesidad de generar ingresos mediante otras alternativas, como, por ejemplo: despedir a trabajadores, reducir salarios, o simplemente cerrar.

En general el crecimiento negativo del PIB es malo para emprendimientos nacientes debido a que empeora el consumo y mantiene en recesión a la economía del país, pero en este proyecto de investigación, es lo contrario, ya que se encuentra una oportunidad en medio de la crisis y se busca aprovechar la situación actual del país para crear una solución ante la falta de empleo que existe en el país.

1.1.1.2 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares (Banco Central del Ecuador, Contenido BCE, 2017).

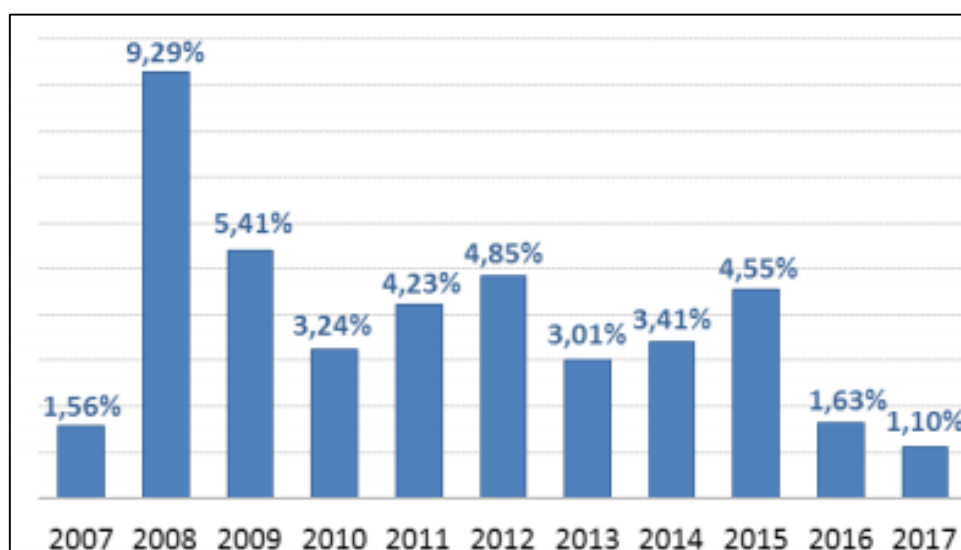


Figura 2: Inflación anual en los meses de mayo – 2007-2016, Porcentajes

Fuente: Índice de precios al Consumidor (IPC)

Elaborado por: INEC

En mayo de 2017 el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 106,17; lo cual representa una variación mensual de 0,05%. El mes anterior dicha variación fue de 0,43%, mientras que en mayo de 2016 se ubicó en 0,03% (INEC, 2017).

Los niveles inflacionarios antes de la dolarización (1900-1999) se mantenían en porcentajes altos, a partir del año 2000 la reducción inflacionaria es significativa y en los últimos doce años se han registrado porcentajes de hasta un dígito (BCE, 2017), como se puede observar en el Anexo 3.

La inflación anual de junio de 2017, que se ubicó en 0,16%, no solamente es la cifra más baja desde 1970, sino también fue el indicador que más se contrajo en la región. El dato mensual registró -0,58%. En el caso de Ecuador, según analistas y gremios empresariales, la contracción de la inflación obedece a tres factores atípicos que se presentaron el mes pasado: la baja del IVA del 14% al 12%, la eliminación de las salvaguardias y una contracción del consumo (Angulo, 2017).

El tener una inflación baja, en el país, es un buen pronóstico para los consumidores, ya que mejora el bienestar de la población principalmente porque disminuye la incertidumbre e incentiva la inversión y también porque promueve el uso eficiente de los recursos productivos, así como evita redistribuciones arbitrarias del ingreso y la riqueza en la población.

El registrar una inflación baja en Ecuador, es un factor positivo para el presente proyecto, debido a que los consumidores se benefician de esta realidad por lo que existe una motivación para comprar a precios más económicos.

1.1.1.3 Tasas de interés

El Banco Central del Ecuador refiere que la tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube. Otra definición por parte de la Superintendencia de Bancos del Ecuador describe que la tasa de interés es el precio que se paga por el uso del dinero durante determinado período. Es el porcentaje de rendimiento o costo, respecto al capital comprometido por un instrumento de deuda.

Existen dos tipos de tasas de interés, las cuales se describen a continuación:

- **Tasa de interés activa:** Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca (Superintendencia de Bancos del Ecuador, s.f.).
- **Tasa activa de interés pasiva:** La tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado el valor nominal de una transacción financiera (Banco Central del Ecuador, s.f.).

En la Tabla 1, se muestran los porcentajes de Tasas de Interés, a enero del presente año, 2017, estos resultados para el proyecto tienen un impacto importante debido que, para poder llevar a cabo el plan de marketing para este emprendimiento, es indispensable contar con el capital necesario para su puesta en marcha. Por lo que se buscarán inversionistas, y también se acudirá a entidades financieras para obtener un crédito por lo que es necesario saber cuáles tasas de interés se están manejando actualmente, así como su evolución para poder hacer estimaciones que sirvan para un correcto endeudamiento.

Tabla 1: Porcentaje de Tasas de Interés, a enero 2016

TASAS DE INTERÉS			
TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5,08	Tasa Legal	8,02
Tasa Activa Referencial	8,02	Tasa Máxima Convencional	9,33
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
<i>Tasas Referenciales para el Segmento</i>	<i>% anual</i>	<i>Tasas Máximas para el Segmento</i>	<i>% anual</i>
Productivo Corporativo	8,39	Productivo Corporativo	9,33
Productivo Empresarial	10,06	Productivo Empresarial	10,21
Productivo PYMES	11,57	Productivo PYMES	22,83
Consumo Ordinario	16,72	Consumo Ordinario	17,3
Consumo Prioritario	16,7	Consumo Prioritario	17,3
Microcrédito Minorista	27,41	Microcrédito Minorista	30,5
Microcrédito de Acumulación Simple	25,05	Microcrédito de Acumulación Simple	27,5
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21,58	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25,5
Inversión Pública	8,19	Inversión Pública	9,33
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
<i>Tasas Referenciales</i>	<i>% anual</i>	<i>Tasas Referenciales</i>	<i>% anual</i>
Depósito a plazo	5,08	Depósito a plazo	1,2
Depósitos monetarios	0,63	Depósitos monetarios	1,21
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR PLAZO			
<i>Tasas Referenciales</i>	<i>% anual</i>	<i>Tasas Referenciales</i>	<i>% anual</i>
Plazo 30-60	3,69	Plazo 30-60	5,31
Plazo 61-90	4,21	Plazo 61-90	6,18
Plazo 91-120	5,25	Plazo 91-120	7,53

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

1.1.2 Factores Políticos

Ecuador estuvo 10 años ininterrumpidos bajo el mandato del Eco. Rafael Correa Delgado, este año tras largas jornadas electorales, los ciudadanos ecuatorianos eligieron como presidente electo al Lic. Lenin Moreno Garcés, anterior vicepresidente del gobierno del Eco. Correa, el cual asumió sus funciones desde el 24 de mayo de 2017. Es un político y licenciado en administración de empresas, copartidario del movimiento político de Alianza PAÍS, después de tantos años bajo el mismo mandatario por primera vez se cambia de candidato del partido político de manera su candidatura genera un cambio de 360° a los nuevos escenarios del país. AP ha establecido diversas novedades.

Entre las más importantes cabría mencionar la génesis de una nueva identidad política, el cambio de la matriz productiva conjuntamente con el desarrollo de la ciencia y la tecnología y la puesta en marcha de políticas redistributivas inclusivas. Todo ello en el marco de una inserción soberana e inteligente en el sistema mundo globalizado. (Celag, 2016). Es importante mencionar que, en 2013, Lenin Moreno, se retiró de la Vicepresidencia con una imagen positiva del 98,7%. "Ello debido a que supo construir una imagen de cercanía y sensibilidad social a través de las políticas públicas que lideró orientadas al sector de los discapacitados, cuyos derechos habían estado históricamente cercenados en el país". Concluye que en términos de estrategia comunicacional, será "articular la defensa de la “continuidad” de la Revolución Ciudadana con la idea de “cambio”, haciendo hincapié en los aspectos positivos del candidato Lenin Moreno respecto a su antecesor" (El Telégrafo, 2016).

El plan de gobierno que ha estructurado Lenin Moreno está basado en dos visiones, la socialista y la neoliberal. Sus propuestas se centran en temas importantes como el pueblo, lo público/privado, el Estado, gasto público. En la primera parte explica cada tema en relación a las distintas visiones. Además, especifica 10 “revoluciones” en distintas áreas del país con los logros y retos. Entre estas 10 “revoluciones” se encuentran temas como la justicia, cultura, ecología, urbana, económica, entre otros (Gkillcity, s.f.). A continuación, presento las principales propuestas del actual presidente, presentadas en su plan de negocios llamado “Un millón de ideas para el Programa de Gobierno”:

1. Continuar con la “Revolución Ciudadana”.
2. Seguir con el programa de becas del gobierno pasado.
3. Brindar una educación superior de calidad.
4. Crear institutos propedéuticos gratuitos para que “los estudiantes puedan equiparar sus conocimientos y rindan el examen (de admisión) preparados”. (Andes, 2017)
5. Crear un sistema de créditos para emprendimientos de ecuatorianos y crear cerca de 350 institutos técnicos superiores con el fin de potenciar cada sector (agrícola, ganadero, y más).

6. Proponer abrir nuevamente la Misión Manuela Espejo para mejorar y lograr un mayor alcance y servicio a personas discapacitadas.
7. Continuar con el cambio a la matriz productiva para un desarrollo sostenible.
8. Potenciar y trabajar en el mejoramiento de sectores como el energético, tecnológico, talento humano, producción, inversión, empleo, personas con discapacidad y la tercera edad.

Tabla 2: Visiones del país, “Un millón de ideas para el programa de Gobierno 2017-2021”

Temas prioritarios	Visión Socialista	Visión Neoliberal
Economía	Decisiones a favor del ser humano por sobre el capital	Decisiones a favor de grupos económicos por sobre el ser humano
	Invierte en obra pública como el mejor ahorro	Protege al capital
	Mercado regulado y desconcentrado	Da prioridad al libre mercado
	Con menor dependencia de exportación de materia prima Industrialización selectiva con tecnología de punta para proteger la producción nacional	Importador indiscriminado de bienes que se producen en el país o innecesarios
	Exportador de servicios	Exportador de materias primas

Temas prioritarios	Visión Socialista	Visión Neoliberal
Economía e integración	Es soberana en los tratos comerciales	Entrega los recursos a las multinacionales
	Defiende su territorio y a su gente	Vulnera los derechos de los trabajadores
	Genera integración y complementariedad entre países	Pone a los países hermanos a competir entre sí
La gente	Cree en la gente y su capacidad Gente con derechos, responsabilidades y solidaridad Con creatividad y conocimiento Consciente de su rol solidario	Cree que la gente es mercancía Privilegia el lucro Fomenta la competencia desleal, desigual
	Forma gente solidaria, participativa, consciente y creativa	Forma individuos egoístas, competidores y excluyentes
	Sabe que el país lo construyen sus trabajadores, campesinos y clase media	Cree que el país lo construyeron las élites
	Uso sustentable de los recursos	Recursos devastados por el capital
El ambiente		
Ante la crisis	Expande las posibilidades Todos ponen su parte Aumenta la inversión pública Los que tienen más contribuyen más Aumenta la inversión social y productiva Exige al sistema financiero que otorgue crédito	Restringe las posibilidades Los pobres soportan la crisis Se realizan ajustes y recortes Despidos masivos y pérdida de subsidios Se achica al Estado: privatiza empresas y servicios Privilegia el pago de la deuda externa Restringe el crédito

Temas prioritarios	Visión Socialista	Visión Neoliberal
Gasto público y social	Invierte en los derechos sociales: educación, salud, vivienda, servicios	Considera a la inversión social como gasto innecesario. Mantiene los servicios precarizados o privatizados
Lo público y lo privado	Empresas públicas al lado de las privadas	Cree que solamente es viable la empresa privada
	Pone condiciones sociales a la inversión extranjera	Se entrega a las condiciones de inversionistas extranjeros
El Estado	Estado fuerte con iniciativa Estado con funciones necesarias Papel regulador del Estado Protector de los ciudadanos Controla y regula el mercado Decisiones económicas a favor de la mayoría Estado para todos Política social prioritaria	Estado sin protagonismo Estado que privilegia el mercado Árbitro del 'libre mercado' Protector del capital Estado débil en inversión e infraestructura Decisiones económicas en manos de dueños del capital Estado para las élites Política social asistencialista

Fuente: Movimiento Alianza PAÍS
Elaborado por: Movimiento Alianza PAÍS

El factor político en el proyecto tiene una influencia ni directa ni indirecta, debido a que recién se está posicionando y consolidando, pero algunas de las propuestas del presente gobierno, afectan positivamente a los emprendimientos como: “Crear un sistema de créditos para emprendimientos de ecuatorianos y crear cerca de 350 institutos técnicos superiores con el fin de potenciar cada sector (agrícola, ganadero, y más)”.

1.1.3 Factores Legales

Las fuerzas políticas y legales son el resultado de cambios en las leyes y disposiciones. Son la consecuencia de desarrollos políticos y legales en una sociedad que afectan de manera significativa a administradores y empresas.

Los procesos políticos dan forma a las leyes de una sociedad, las cuales restringen las operaciones de organizaciones y administradores y crean, por ende, oportunidades y amenazas. (Hill & Jones, 2009).

Para la puesta en marcha de una aplicación móvil que permita a sus usuarios ofertar y encontrar trabajos espontáneos o temporales, se debe tener en cuenta algunos factores legales que intervienen en la constitución de las compañías y en la protección de un individuo mediante leyes y normas establecidas en el Ecuador.

- **Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI):** Establece el Impuesto a la Renta sobre la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras dentro de un ejercicio impositivo que va del 1o. de enero de un año al 31 de diciembre de ese mismo año. (Vintimilla Crespo)
- **Código de trabajo:** El código de trabajo del Ecuador es un documento creado por el H. Congreso Nacional de conformidad con la Constitución Política de la República con la finalidad de mantener actualizada la legislación laboral, observando las disposiciones de la Constitución Política de la República; convenios con la Organización Internacional del Trabajo, OIT, ratificados por el Ecuador; leyes reformativas a éste Código; observaciones formuladas por el H. doctor Marco Proaño Maya, Código de la Niñez y Adolescencia; Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las

Remuneraciones del Sector Público; y, resoluciones del Tribunal Constitucional. (Foros Ecuador, s.f.)

- **Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública:** Esta Ley establece el Sistema Nacional de Contratación Pública y determina los principios y normas para regular los procedimientos de contratación para la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría, que realicen diferentes organismos y dependencias de las Funciones del Estado. (Instituto Nacional de Contratación Pública).
- **Ley de compañías:** la ley de compañías regula los lineamientos que deben seguir todas las compañías para poder constituirse legalmente como compañías como personas jurídicas.

1.1.4 Factores Sociales, Culturales y Demográficos

El principal factor que los especialistas en marketing analizan es la población, incluyendo su tamaño y tasa de crecimiento en las ciudades, regiones y naciones; su distribución por edad y composición étnica; sus niveles educativos; sus sistemas familiares, sus características regionales, y su movimiento (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2012).

Los estudios del INEC también muestran que son los grupos etarios de entre los 35 y 44 años y 25 y 34 años son los que más usan el teléfono celular, con el 80,4% y 80,1%, respectivamente. Otros datos importantes sobre el uso de las redes sociales en la población mayor de 12 años los detalla la Encuesta de Condiciones de Vida 2014. El estudio tiene cifras más amplias como por ejemplo que 4,9 millones de usuarios poseen una cuenta en las redes sociales y pasan en ellas, en promedio, 7,22 horas al día. El porcentaje de participación es mayor en el área urbana con el 81,9% frente 18,1% de participación del área rural.

En cuanto al sexo, son los hombres, aunque así no lo parezca, los que más usan las redes. El 42% de ellos emplea 6,50 horas diarias en internet (Metro Ecuador, 2016).

1.1.4.1 Estructura de la Población Económicamente Activa (PEA)

El término de población económicamente activa – PEA, hace referencia a personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados) (INEC, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2016).

A nivel nacional, en marzo de 2016, el empleo adecuado o pleno es de 40% de la PEA; se observa una disminución estadísticamente significativa de 3,7 puntos porcentuales 2 con respecto al 43,7% de marzo de 2015. El subempleo a nivel nacional es de 17,1%, en marzo de 2016, a comparación del 13,4% del mismo periodo del 2015; un incremento anual de 3,8 puntos que es estadísticamente significativo. El otro empleo no pleno registra una reducción anual estadísticamente significativa de 2,3 puntos, a nivel nacional, pasó de 29,1% a 26,7%, entre marzo 2015 y marzo 2016. El empleo no remunerado no registra variaciones anuales estadísticamente significativas. Finalmente, la tasa de desempleo nacional, a marzo de 2016, se ubica en 5,7%; la variación de 1,9 puntos, respecto al 3,8% de 2015, es estadísticamente significativa (Granda & Feijoó, 2016).

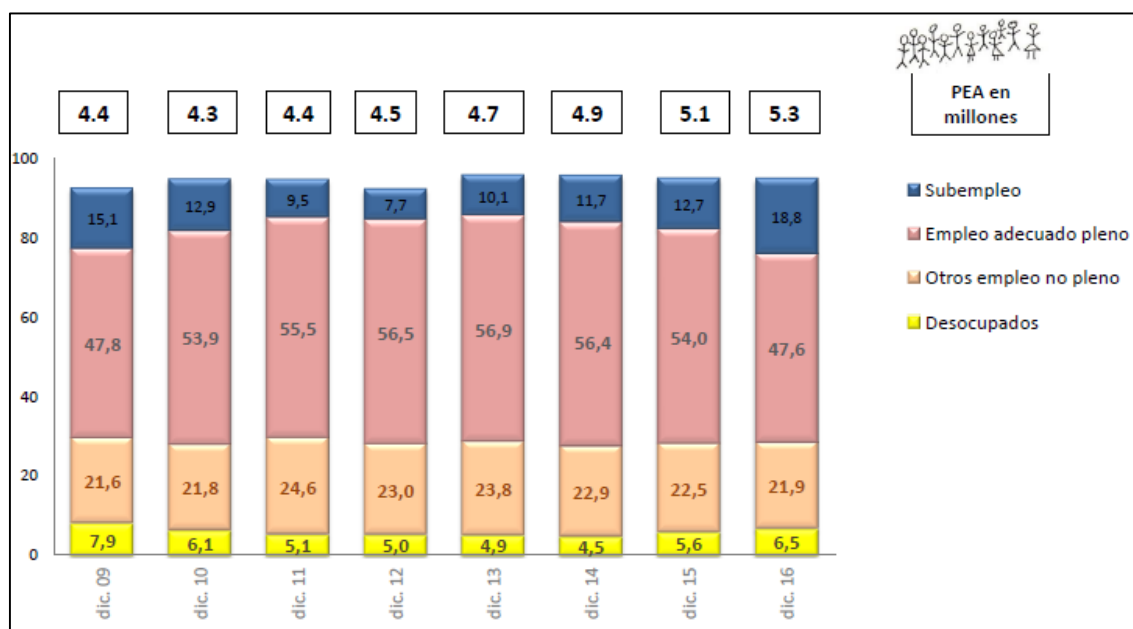


Figura 3: Estructura de la PEA Nacional Urbana, 2009-2016

Fuente: INEC

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

En este sentido, al analizar la estructura de la PEA que se muestra en la Figura 3, se denota que la tasa de empleo adecuado plena ha presentado cifras variables durante los últimos 5 años, es decir, durante el periodo del 2011-2015, al pasar de una representación del 56.5% en 2012 al 56,9% en 2013 y partir de este año, la tasa de empleo adecuado pleno comenzó a decrecer, en 2,4 puntos porcentuales con respecto al 2014 representando el 54%, siendo el año pasado la recesión más fuerte de los últimos años ya que decreció en 6,4 puntos porcentuales con respecto al 2015 representando el 47,6% y aumentando el porcentaje de subempleo en el país, evidenciando la realidad que vivimos a diario en las calles del país.

Es importante tomar en cuenta el constante aumento de la cantidad de desempleados en el Distrito Metropolitano de Quito presentó la mayor tasa de desempleo, según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), con el 9,1% tanto el sector privado y el sector público ha crecido de manera impresionante en los últimos años. Teniendo en cuenta que ha existido un muy fuerte incremento la PEA (población económicamente activa) en el país y la enorme cantidad de empleos adecuados que se han perdido, existe un deterioro muy fuerte del mercado laboral.

Uno de los mayores problemas sociales y económicos en el país durante los últimos años ha sido, el alto desempleo que estamos viviendo, sabiendo que la tasa de desempleo con la que cerró el año anterior fue del 5.16% (INEC, Ecuador en Cifras, 2017). Esto quiere decir que son más de 600 mil personas desempleadas en el Ecuador. Siendo esta realidad para el proyecto un factor vital para la creación del presente emprendimiento debido a que por esta razón nace, un proyecto coyuntural, que por medio de un enfoque social y económico vio una oportunidad de negocio en la necesidad que tienen las personas de generar ingresos adicionales por medio de la realización de trabajos espontáneos o temporales que independientemente de su situación, puedan generarles un beneficio. De igual manera, también se considera la necesidad de las empresas para contratar fuerza laboral eventual para sus operaciones.

1.1.5 Factores Tecnológicos

Los constantes cambios e innovaciones que suceden en el ámbito tecnológico, los cuales son influyentes en varios campos tales como: educación, empresariales, ambientales,

entre otros. Tanto las empresas consolidadas como las de en vías de crecimiento deben ir de la mano con los avances tecnológicos que se van presentando día a día e irse adaptándose, con el objetivo de acelerar su crecimiento mediante la mejora continua de sus procesos y con el lineamiento claro de mantener su competitividad en el mercado. Debemos tener en cuenta que el principal punto de acceso a Internet ya no es el PC, y ahora la primera pantalla ha pasado a ser el móvil. Actualmente vemos como el número de ventas de los smartphones ya supera el de los PCs y portátiles, existiendo un gran desplome de ventas, durante ya más de 5 años. Además, también vemos como el 50% de los dispositivos que se usan al día de hoy son los smartphones y el 80% del tiempo de su uso está dedicado a las aplicaciones, por lo que ganan cada vez más terreno. Por este motivo, la idea de generar una aplicación móvil tiene un poder muy fuerte ya que permitirá que la idea de negocio planteada pueda llegar a clientes potenciales y fortalecer el contacto y nivel de servicio.

Internet y Redes Sociales

En Ecuador el 17,11% de la población mayor de 5 años, es decir 2,8 millones de ecuatorianos, declara usar redes sociales a través de su teléfono inteligente, según datos del Instituto Nacional Estadísticas y Censos (INEC). Y es que en los últimos años el uso de los teléfonos inteligentes ha sido exponencial. En el 2015, 3'084.886 ecuatorianos declararon tener un teléfono inteligente (Smartphone). Esta cifra es casi cinco veces más que la reportada en el 2011 cuando 522.640 ecuatorianos tenían celulares (Metro Ecuador, 2016).

Ecuador está abriendo las puertas a la tecnología, lo que ha generado que las empresas públicas y privadas apuesten a cambios tecnológicos. Incluso por parte del gobierno han existido iniciativas de que el internet llegue a la mayor parte de la gente, generando una mayor oportunidad para que la población pueda comunicarse mediante nuevas alternativas. Esta realidad en el país, afecta positivamente al proyecto por el hecho de ser un proyecto tecnológico, frente a este panorama brinda una expectativa positiva con el emprendimiento.

1.2 Análisis del microentorno

El microentorno forma parte del análisis de situación actual con respecto al ambiente interno o del sector de las empresas por lo que se detallarán las barreras de entrada y salida del proyecto, de igual manera se detallarán las 5 fuerzas de Porter de la aplicación móvil.

1.2.1 Barreras de Entrada y de Salida

1.2.1.1 Barreras de Entrada

Capital Requerido: El capital requerido para este tipo de negocios es muy grande, por el hecho de ser un emprendimiento tecnológico involucra muchos más rubros, sabiendo que todos los componentes para la realización una aplicación móvil es sumamente costoso debido a que emplean mucha información, necesitan soporte, deben ser seguros entre otras cosas.

Acceso a Puntos de Venta: El acceso hacia los canales de distribución de una aplicación móvil parece difícil debido al costo de licenciamiento en las plataformas, quienes serían los intermediarios para la compra / venta de la aplicación y por los cuales tanto los oferentes como los demandantes podrían descargársela, tanto en la plataforma del Play Store como de la App Store para los diferentes dispositivos móviles como los celulares inteligentes, tablets que contengan los sistemas operativos Android y IOS, también para los ordenares con sistemas operativos Windows, Mac OS.

Normas Legales: En cuestión a las normas legales requeridas para trabajar mediante la prestación de servicios existen contratos y leyes que garantizar los intereses, derechos y obligaciones de ambas partes a pesar de que no exista una relación de dependencia entre el empleado y la empresa.

1.2.1.2 Barreras de Salida

Activos Fijos Especializados: En este negocio no existirían barreras de salida, porque es un proyecto que está empezando y no se tiene ninguna persona adicional contratada, que

no sea la creadora del proyecto. No se tienen activos corrientes ni activos fijos especializados en la empresa vale mencionar que el proyecto no se dedicará a la producción y fabricación de herramientas informáticas.

Costos de Salida: No existen costos de salida grandes, los únicos que se podrían considerar son los costos de indemnización a empleados y el pago a los proveedores, pero este no debe ser un problema ya que se paga con anticipación a los mismos.

Apego Emocional: En cuestión de apego emocional habría un gran inconveniente por lo que, al ser creadora de la idea, después de todo el estudio y esfuerzos realizados habría ocasiones como cualquier empresario no quiere fracasar. Y se buscaría soluciones para poder seguir y no abandonar el proyecto.

1.2.2 Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

En la actualidad, existen diferentes plataformas en línea y aplicaciones móviles que les permiten a los usuarios buscar ofertas de empleo dentro del país. Para citar algunos ejemplos tenemos a: CompuTrabajo, Multitrabajos, Por fin Empleo, Trovit, por nombrar algunos ejemplos.

De igual manera existen redes sociales relacionadas con el ambiente laboral; más sofisticadas e internacionales como es el caso de LinkedIn.

Sin embargo, algo que diferencia a la propuesta de “Work Today EC” de las plataformas mencionadas anteriormente es que esta aplicación estará dirigida a las ofertas laborales espontáneas o de corto plazo, diferenciándola así de lo que ofrece la competencia, quienes mayormente se enfocan en la oferta de puestos a largo plazo, sujetos a un contrato laboral extendido. Por esta razón vendría a hacer un proyecto innovador que se sitúa dentro del mercado laboral en línea, pero no en la misma dirección que los integrantes de este giro.

1.2.2.1 Poder de Negociación de los Clientes

La aplicación móvil que será lanzada por “Work Today EC” estará disponible al público de manera gratuita (al menos hasta que alcance cierto nivel de reconocimiento dentro del

país), por esta razón el poder de negociación del cliente estaría solamente limitado a las sugerencias y comentarios que se pueda realizar sobre la aplicación; es decir que los usuarios tendrán que aceptar las características y el funcionamiento de la plataforma si es que quieren utilizarla, sin la posibilidad de exigir un cambio de manera directa, sólo a través de recomendaciones que serán tomadas en cuenta al momento de realizar actualizaciones o mejoras posteriores. De manera que se analizará la sensibilidad de los usuarios a los cambios y necesidades que ellos requieran en todos los aspectos.

1.2.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores

Como se mencionó anteriormente la aplicación “Work Today EC”, será de carácter gratuito tras su lanzamiento por lo que tomará tiempo para que esta pueda posicionarse y empezar a generar ingresos. Por este motivo es necesario para la empresa buscar proveedores que acepten esta situación y concedan crédito hasta que la empresa empiece a generar ingresos, y pueda ser autosuficiente y deje de depender de fuentes externas de financiamiento. Por otro lado, el desarrollo de la informática y el auge de las aplicaciones móviles permiten contar con una variedad de posibilidades para el desarrollo y gestión de la aplicación, lo cual permite la oportunidad de presentar dicha propuesta a diferentes proveedores.

También se debe tener en cuenta el financiamiento que se pueda obtener por parte de instituciones crediticias y financieras. Dado las características del proyecto puede resultar complicado conseguir financiamiento por parte de este tipo de entidades y de hacerlo lo más probable es que se deba contemplar tasas de interés altas y entregar garantías. En este caso el poder de negociación de “Work Today EC” se vería bastante limitado.

1.2.2.3 Amenaza de Nuevos Entrantes

La presente idea de negocio si se ve amenazada por la posibilidad de nuevos entrantes o competidores, esto se debe a que, aunque la propuesta sea innovadora dentro del Ecuador, este tipo de aplicaciones relacionadas a trabajos espontáneos o a corto plazo, ya existe en otros países del mundo y lleva un tiempo considerable funcionando, por lo tanto puede que en el momento existan otras iniciativas similares o a su vez, existe la posibilidad que tras el lanzamiento de la aplicación “Work Today EC”, nuevas aplicaciones similares

aparezcan antes de que esta propuesta tenga el tiempo necesario para tener la participación buscada dentro de este tipo de mercado laboral, dificultando así el objetivo de ser el principal referente para la búsqueda de empleos de este tipo.

1.2.2.4 Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos

Debido a que uno de los puntos fundamentales del proyecto es mantenerse a la vanguardia en lo que se refiere a la informática y comunicación a través de medios digitales en dispositivos móviles, no es probable que la posibilidad de que un producto sustituto se manifieste en medios de comunicación tradicionales. Sin embargo, algo que podría representar una amenaza para esta propuesta sería la creación y el surgimiento de sitios de internet enfocados al mismo segmento de usuarios que se desea llegar, de ser este el caso “Work Today EC”, debería considerar la creación de una página de internet que realice las mismas funciones que la aplicación a diseñarse.

1.2.2.5 Rivalidad entre los Competidores

En el Ecuador no existe una aplicación móvil igual a la propuesta que presenta este proyecto. Las diferentes páginas de internet y aplicaciones para buscar trabajo se enfocan en el empleo permanente o temporal más no, en trabajos ocasionales, por lo tanto, se puede decir que no existe una competencia directa; sin embargo, existe la posibilidad de que las siguientes marcas a mencionar empiecen a ofrecer el mismo tipo de servicio.

“Work Today EC” manejaría dos tipos de competidores: páginas de internet y aplicaciones móviles, todos relacionadas a la búsqueda de empleo y oferta laboral, se detallan a continuación:

- **Páginas de Internet:** Computrabajo, Multitrabajos, Opción empleo, Por fin empleo, Trabajos.com, OLX.
- **Aplicaciones móviles:** Computrabajo, Multitrabajos, Trovit, LinkedIn, InfoJobs, Trabajos.com, Opcionempleo, Infojobs, OLX.

Se plantearon las siguientes interrogantes con la finalidad de tener una amplia idea de la competencia del proyecto:

- **¿Dónde están ubicados?**

Debido a que ofertan su servicio a través de Internet y en aplicaciones móviles, pueden utilizarse a lo largo de todo el país. Sin embargo, la mayor parte de las ofertas laborales que comunican se localizan en las principales ciudades del país, a través de páginas de internet y sus aplicaciones se pueden encontrar en las tiendas móviles como Google Play y el App Store.

- **¿Cuáles son sus mercados?**

Sus mercados se enfocan en el sector de oferta laboral y van dirigido a personas de todo nivel de educación o preparación académica para una gran variedad de puestos en distintos campos.

- **¿Cuál es su capacidad de producción o de abastecimiento?**

Su capacidad de abastecimiento puede cubrir un gran número de búsquedas en internet simultáneamente, lo que se traduce a un gran número de usuarios. Por otro lado, permiten a los interesados en usar la plataforma crear un perfil con su CV gratuitamente.

- **¿Cuáles son sus precios?**

Todas las páginas y las aplicaciones son de carácter gratuito, en el caso de las aplicaciones existe la opción de compra por un precio bajo, lo cual añade ciertas funcionalidades. De igual manera manejar una cuenta con uno de estos programas es gratis.

- **¿Qué medios publicitarios utilizan?**

Las páginas de internet por lo general ofrecen su servicio en otras páginas, pero no es una publicidad muy intensa. Las aplicaciones se promocionan de igual forma en páginas de internet y redes sociales, también en el caso de OLX se transmite publicidad por televisión.

2 ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 Investigación de mercado

El presente capítulo se basará en la recopilación de datos importantes acerca de las características y necesidades del mercado, clientes y competidores, los cuales servirán de guía para mejorar la toma de decisiones en la introducción al mercado de esta nueva aplicación móvil, sobre diversos como: los canales de distribución más apropiados, así como las estrategias de promoción y publicidad a ser utilizados.

Para la elaboración de un plan de marketing, la investigación de mercado es un elemento de vital importancia para su desarrollo, se la define como: la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing (Malhotra, 2008).

Esta investigación de mercado se basa en las principales, posibles vacantes que se pueden originar de la recopilación de datos de las personas que no tienen una actividad diaria fija, de cualquier profesión o habilidad que posean los demandantes, en cambio los oferentes se centran en las empresas comerciales, servicios e industriales que sean tanto grandes como PYMES gracias a ello originara actividad de trabajo en las personas.

2.1.1 Identificación del Problema

Sabiendo que uno de los mayores problemas sociales y económicos en el Ecuador durante los últimos años ha sido, el alto desempleo que se está viviendo, y conociendo que la tasa de desempleo con la que cerró el año anterior fue del 5.16% (INEC, Ecuador en Cifras, 2017). Esto quiere decir que existen más de 600 mil personas desempleadas en el Ecuador.

No existe una aplicación móvil gratuita, que facilite la consecución de empleo a corto plazo, y se dedique a brindar diversas oportunidades de trabajo diarias; satisfaciendo las

necesidades de empleadores que requieren contratar fuerza laboral eventual para sus operaciones y, por otro lado, la aplicación se enfoca en las personas que no poseen empleo o que independientemente de su situación busquen oportunidades laborales que puedan generarles ingresos adicionales, por medio de la realización de trabajos espontáneos o temporales que independientemente de su situación, puedan generarles un beneficio.

“Work Today EC”, nace como un proyecto coyuntural con un enfoque social y económico, que por medio de una aplicación móvil permitirá a sus usuarios ofertar y encontrar trabajos espontáneos o temporales.

2.1.2 Objetivos de la Investigación de Mercado

El propósito de la realización del proyecto de investigación es establecer un modelo de negocio sustentable y estratégico que gire en torno al lanzamiento de una aplicación móvil que permita a sus usuarios ofertar y encontrar trabajos espontáneos o temporales, siendo la aplicación móvil el contacto intermediario que posibilite el contacto entre ambas partes para que se realice la transacción cumpliendo las garantías necesarias.

Es necesario realizar un estudio de mercado, donde se tomen en cuenta las necesidades y requerimientos de cada segmento, mediante la determinación del mercado objetivo al que iría enfocado, el análisis de los competidores, determinación de la demanda, y estrategias de marketing con el fin de crear un modelo óptimo, el cual, de empezar su puesta en marcha, pueda iniciar sus actividades con un modelo de ingresos y plan de marketing y promoción que garantice operaciones rentables para el presente emprendimiento.

La presente investigación de mercado se basa en las posibles vacantes que se pueden originar de la recopilación de datos de las personas que no tienen una actividad diaria fija, de cualquier profesión o habilidad que posean los demandantes, en cambio los oferentes se centran en las empresas comerciales, servicios e industriales que sean tanto grandes como PYMES, que gracias a ellas se originarán diferentes actividades de trabajo en las personas.

2.1.2.1 Objetivo General

Identificar el tamaño del mercado potencial de los dos tipos de clientes, oferentes y demandantes, para una aplicación móvil enfocada a la generación de empleos eventuales en la ciudad de Quito, durante el 2018.

2.1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar la situación actual de los empleadores y empleados de la ciudad de Quito para conocer las necesidades de oferta y demanda de trabajos eventuales mediante el estudio del mercado.
- Describir a los dos tipos de clientes mediante la identificación de los requerimientos para cada segmento de clientes, cliente oferente y cliente demandante o consumidor.
- Analizar el mercado de empleadores y los potenciales empleados de la aplicación, sus necesidades y preferencias, tanto en rangos de precios, forma de comunicación, forma de adquisición tanto para los oferentes como para los consumidores.

2.2 Diseño de la investigación

En lo que se refiere al desarrollo y metodología que se pretende aplicar para el desarrollo de esta investigación de mercados, se utilizará un estudio descriptivo mediante el uso de herramientas cualitativas y cuantitativas los cuales permitirán ir definiendo cuál a los mercados objetivos a los cuales nos vamos a dirigir, los recursos necesarios que se deberán utilizar, los beneficios buscados que se esperarían tener y sobre todo se podrá determinar el modelo de negocios a utilizar.

El estudio descriptivo ayudará a recopilar y analizar información muy valiosa para el proyecto en función de datos que se puedan obtener del mercado permitirá identificar las características de los potenciales clientes, oferentes y demandantes, sus necesidades y requerimientos así como también sus formas de conducta, para poder establecer sus comportamientos y asociarlos con diversas variables que tomaremos como referencia

para iniciar el modelamiento de la propuesta, haciéndola más confiable y ajustarla a la realidad.

2.2.1 Metodología de la Investigación

Dentro de los métodos de investigación, se utilizará primordialmente el método de investigación de mercados, a través de este método, que es de aspecto meramente de recolección de información, se podrá identificar la percepción de las características del entorno del modelo a diseñar, es decir, pequeñas y medianas empresas mediante el estudio del curso natural y sin alteraciones de las condiciones originales y por otra parte las preferencias del nicho de mercado los ciudadanos que no poseen un trabajo formal y estable, brindando un punto de partida para el diseño del modelo y con esto poder visualizar si estos mercados son aptos para implementar la aplicación.

Posteriormente se realizará una investigación deductiva, ya que se iniciará con la observación de fenómenos generales, un todo, (situación general de desempleo en todo el país) y se llegará a lo particular (patrones y comportamientos de consumidores y empresas), para plantear las estrategias de penetración y posicionamiento del presente emprendimiento.

Se utilizará también el método analítico, que será de mucha utilidad, pues permitirá la identificación de cada una de las partes (empleadores y empleados) que caracterizan una realidad (desempleo) y así compararlas con las variables recabadas por medio de la base de datos que se genere de toda la información recolectada en el estudio descriptivo, para conocer la relación causa efecto y determinar los comportamientos o situaciones que deseamos crear dentro de los potenciales consumidores para realizar la correcta aplicación del modelo de negocios para el proyecto y toma de decisiones.

2.2.2 Fuentes para la Recolección de Información

2.2.2.1 Fuentes Primarias de Información

El presente trabajo de titulación tendrá como fuentes primarias para la investigación de mercado y su respectiva recolección de datos; se utilizará herramientas como las encuestas.

Se aplicarán encuestas dirigidas a los dos públicos objetivos, es decir a gerentes de pequeñas y medianas empresas del Ecuador, además de encuestas a estudiantes que buscan trabajo y a personas en general, empleadas y desempleadas, para poder sondear sobre los problemas que presentan las personas para encontrar un trabajo, por observación del comportamiento de los mismos es decir investigación de campo y análisis de hechos históricos mediante la búsqueda de información relevante acerca de indicadores de desempleo en el Ecuador, como reportes de economía laboral del país obtenidos del INEC para tener pautas de cuál es la realidad del ámbito laboral en el Ecuador.

La finalidad es determinar los factores importantes en el mercado de las necesidades de los dos segmentos de mercado, que voy a estudiar y poder obtener información sobre las necesidades y expectativas como precio que el cliente considera adecuado, plaza, promoción de ventas, cualidades del producto, entre otras.

Para una aplicación móvil enfocada a la generación de empleos eventuales en la ciudad de Quito, durante el 2018.

2.2.3 Procesamiento de Datos

Una vez finalizada la fase de recolección de datos, se procederá a la respectiva tabulación de los datos contenidos en cada uno de los cuestionarios considerados válidos, serán resumidas y presentadas con gráficos de dispersión en el programa Microsoft Excel mostrando los resultados de cada pregunta. Esta información será cruzada con la información obtenida en las entrevistas para formar un informe final indicando los resultados generales, el modelo establecido y las conclusiones y recomendaciones.

2.3 Segmentación Del Mercado

La segmentación del mercado implica dividir el mercado en grupos más pequeños de consumidores con necesidades, características o conductas diferentes, que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing específicas. La empresa identifica distintas formas para segmentar el mercado y desarrolla los perfiles de los segmentos de mercado resultantes (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012).

Para la presente investigación, se analizarán las necesidades y deseos tanto de los clientes potenciales como empleadores dispuestos a colocar sus requerimientos en la aplicación móvil, una investigación de este tipo refleja cambios en la conducta del consumidor, opinión y preferencias de los consumidores, e identificación de sus hábitos de compra. El uso de herramientas e instrumentos para analizar estas tendencias del mercado son diversos, pues entre estos se encuentran; las encuestas, estudios estadísticos, observación, incluyendo datos de tipo demográfico o psicológico entre otros criterios, que resultan necesarios para el desarrollo de un eficaz plan de marketing en materia de seguros, como el caso del presente estudio. la elaboración de un plan de marketing, la investigación de mercado es un elemento de vital importancia para su desarrollo.

La presente investigación de mercado se basa en las principales, posibles vacantes que se pueden originar de la recopilación datos de las personas que no tienen una actividad diaria fija, de cualquier profesión o habilidad que posean los demandantes, en cambio los oferentes se centran en las empresas comerciales, servicios e industriales que sean tanto grandes como PYMES gracias a ello originara actividad de trabajo en las personas.

2.3.1 Definición de la Población

Para definir la población, específicamente de la ciudad de Quito, se utilizarán datos del último censo de población y vivienda realizado en el Ecuador en el año 2010, de acuerdo con este pudimos obtener que:

Tabla 3: Población

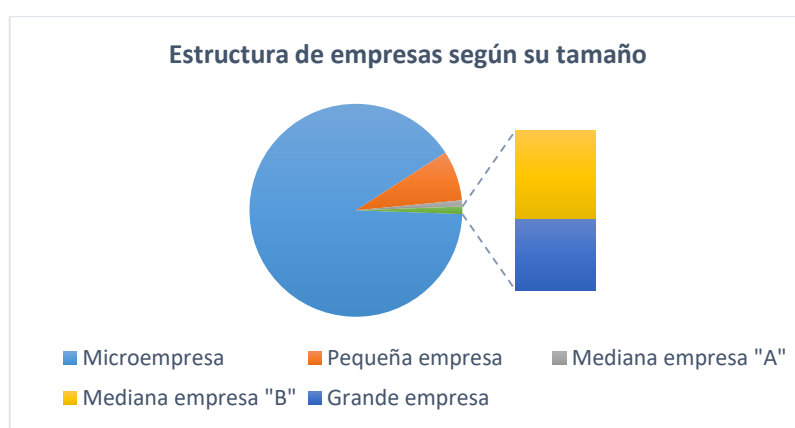
Total	2'239.191
Mujeres	1'150.380
Hombres	1'088.811

Fuente: (INEC, s.f.)

Para obtener información acerca del número de PYMES y microempresas que existen en el país, se utilizará información del ultimo Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos del Ecuador en el año 2015, el cual obtiene información mediante la sistematización de empresas y establecimientos registrados a nivel nacional en el SRI e IESS. De acuerdo con el Directorio arroja los siguientes datos:

Tabla 4: Tamaño de Empresas en el Ecuador

Tamaño de Empresa 2015	No. Empresas	% Porcentaje
Microempresa	764.034	90,31%
Pequeña empresa	63.480	7,62%
Mediana empresa "A"	7.909	0,93%
Mediana empresa "B"	5.357	0,63%
Grande empresa	4.219	0,50%
Total	844.999	100,00%

**Figura 4: Estructura de empresas según su tamaño**

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos

José Rosero, director ejecutivo del INEC, explicó que el 89,6% de las empresas contempladas en esta versión son microempresas, el 8,2% pequeñas, el 1,7% medianas y

el 0,5% grandes empresas. De acuerdo al sector económico, los sectores predominantes son comercio con el 39% seguido por servicios con el 38,4%.

Según los resultados del DIEE, las empresas registraron 145.133 millones de dólares en ventas en 2012, 10% más que lo registrado en 2011, cuando alcanzó 131.892 millones de dólares. Del total de las ventas 121.516 millones de dólares corresponden a ventas nacionales y \$23.617 millones de dólares a exportaciones. Por sectores, el 40,5% de las ventas corresponden al comercio, el 27,4% a industrias manufactureras, el 24,3% a servicios, el 4,7% son de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, y el 3,1% a explotación de minas y canteras (Dirección de Comunicación, s.f.).

2.3.2 Definición de la Muestra

Una vez definida la población, para definir el tamaño de la muestra del mercado al que irá dirigida la aplicación móvil, es necesario definirla mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Fuente: (Suárez & Tapia, 2012)

Donde:

Z = Nivel de confianza

N = Tamaño de la Población

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = Tamaño de la Muestra

El tamaño de muestra para los usuarios de la aplicación estará situado entre las edades de jóvenes de 18 años hasta adultos de 45 años en adelante, mientras que el tamaño de muestra para los oferentes serán las empresas comerciales, servicios e industriales, por lo

tanto, tiene un amplio mercado al que se puede acceder sin prejuicio a su nivel social, situación económica, estado civil, profesión o ubicación geográfica en el Ecuador.

Tabla 5: Cálculo del tamaño de la muestra para Demandantes (Personas)

SEGMENTACIÓN PERSONAS			
1RA VARIABLE		GEOGRÁFICA	
PAÍS	Ecuador		14.483.499
REGIÓN	Sierra		6.449.355
PROVINCIA	Pichincha		2.576.287
CANTÓN	Quito		2.239.191
2DA VARIABLE		DEMOGRÁFICA	
GÉNERO	Irrelevante		2.239.191
EDAD	De 18 a 42 años		725.901
ESTADO CIVIL	Irrelevante		725.901
RAZA	Irrelevante		725.901
RELIGIÓN	Irrelevante		725.901
3RA VARIABLE		CONDUCTUAL O PSICOGRÁFICA	
NIVEL SOCIO ECONÓMICO	C+	22,80%	165.505
	C-	49,30%	357.869
COMPUTADORA	C+	62%	102.613
	C-	11%	39.366
USO DE INTERNET	C+	90%	92.352
	C-	43%	16.927
RED SOCIAL	C+	63%	58.182
	C-	19%	3.216
CORREO ELECTRÓNICO	C+	77%	44.800
	C-	25%	804
TOTAL POBLACIÓN SEGMENTADA			45.604

Tabla 6: Segmentación población

QUITO CENSO 2015	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años
URBANO	143.669	145.212	156.575	153.789	132.683	113.534	97.509
	28.734					22.707	
	114.935					22.707	

QUITO ACTUALIDAD 2017	De 18 a 21 años	De 22 a 26 años	De 27 a 31 años	De 32 a 36 años	De 37 a 42 años
URBANO	114.935	145.212	156.575	153.789	155.390
					725.901

Tabla 7: Cálculo muestra población

DEMANDANTES	
MUESTRA CON PROPORCIONES	
Variable	Valor
Población	45.604
Intervalo de confianza	95,00%
Z	1,9600
Probabilidad a favor	85%
Probabilidad en contra	15%
Error de estimación %	5%
Tamaño de muestra	196

Tabla 8: Segmentación empresas

SEGMENTACIÓN EMPRESAS	
TOTAL PYMES ECUADOR SEGÚN EL DIEE:	844.999
TOTAL EMPRESAS SEGÚN LA SUPER INTENDENCIA DE CIAS:	22.684
PROVINCIA: Pichincha	21.581
CANTÓN: Quito	19.715
TOTAL EMPRESAS:	19.715

Tabla 9: Cálculo del tamaño de la muestra para Oferentes (PYMES)

OFERENTES	
MUESTRA CON PROPORCIONES	
Variable	Valor
Población	19.715
Intervalo de confianza	95,00%
Z	1,9600
Probabilidad a favor	85%
Probabilidad en contra	15%
Error de estimación %	5%
Tamaño de muestra	195

2.3.3 Diseño de la Encuesta

2.3.3.1 Modelo Encuesta 1 (OFERENTES)

Con el objetivo de determinar el mercado objetivo para oferentes se realizaron un total de 200 encuestas, el modelo de la encuesta se lo puede observar en el Anexo 4.

2.3.3.2 Modelo Encuesta 2 (DEMANDANTES)

Con el objetivo de determinar el mercado objetivo para demandantes se realizaron un total de 225 encuestas, el modelo de la encuesta se lo puede observar en el Anexo 5.

2.3.4 Tabulación, representación gráfica de resultados e interpretación

2.3.4.1 Encuesta 1 – Oferentes

Total: 200 encuestas corridas.

Número de empleados:

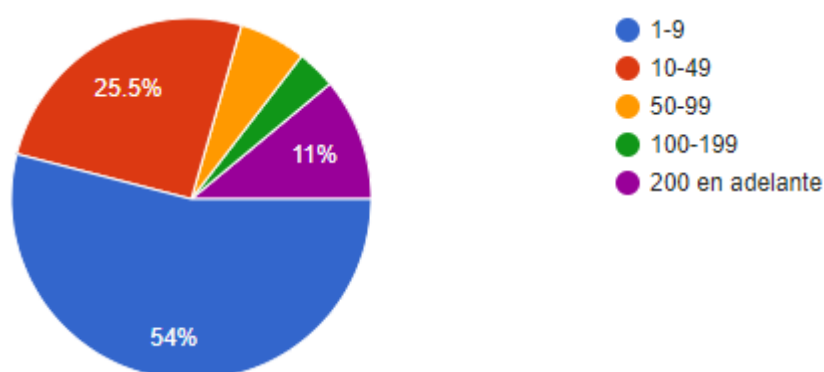


Figura 5: Número de empleados

Mediante esta pregunta se observa que, el 54.9% de las empresas son consideradas microempresas, el 25.5% son pequeñas empresas y el 11% entran al rango de ser grandes empresas.

La mayoría de empleadores que realizaron la encuesta manejan pequeñas y medianas empresas, es decir que el proyecto debe tener mucho énfasis en las PYMES de la ciudad.

Lugar de localización de la empresa:

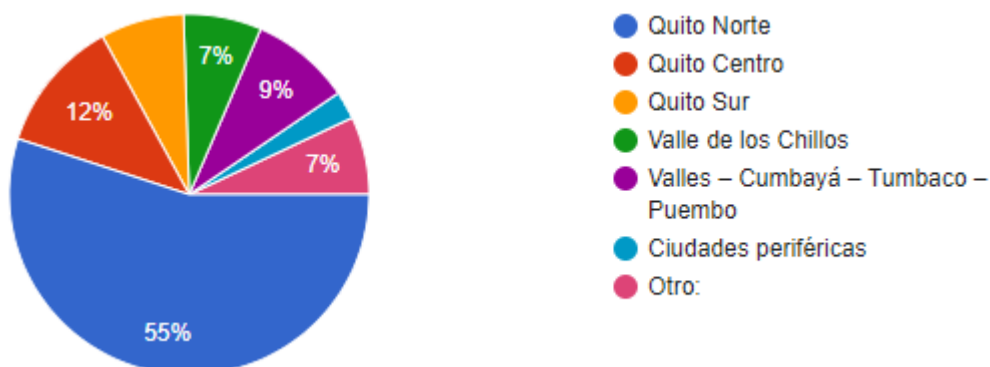


Figura 6: Lugar de localización de la empresa

Se observa que los resultados muestran que, el 55% de las empresas están localizadas en el norte del DMQ, y el 12% se localizan en el centro del DMQ, así como el 9% se encuentra en los valles, es decir, Cumbayá, Tumbaco, Puembo y el 7% se localizan en el valle de los Chillos y en otras localidades.

¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa?



Figura 7: ¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa?

Mediante esta pregunta se observa que la mayor concentración de empresas corresponde al sector textil de la industria, con el 21.2%, el 18.2% de las empresas pertenecen a la industria de servicios, el 15.2% de las empresas corresponden al sector alimenticio y 12.1% al sector de la construcción.

¿Con qué frecuencia su personal se ausenta al trabajo sin previo aviso?

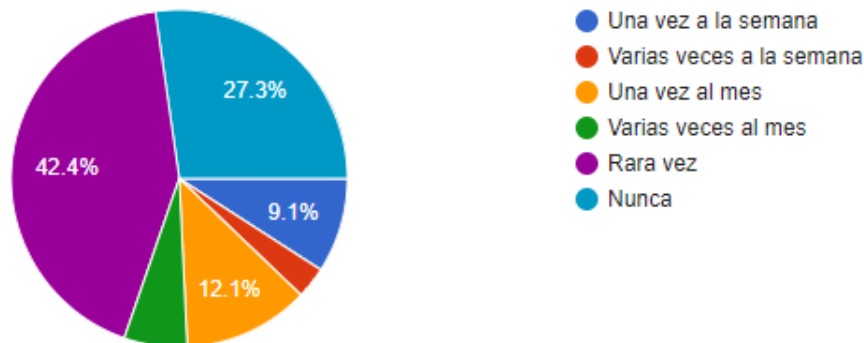


Figura 8: ¿Con qué frecuencia su personal se ausenta al trabajo sin previo aviso?

Mediante esta pregunta se observa que el 42.4% del personal se ausenta rara vez del trabajo, el 27.3% no se ausenta del trabajo sin previo aviso y el 12.1% lo hace una vez al mes y el 9.1% lo hace una vez a la semana.

La inasistencia del personal esta presente en las empresas ya sea una vez a la semana como ciertas veces.

¿Cuál es la forma en que resuelven este problema de inasistencia?

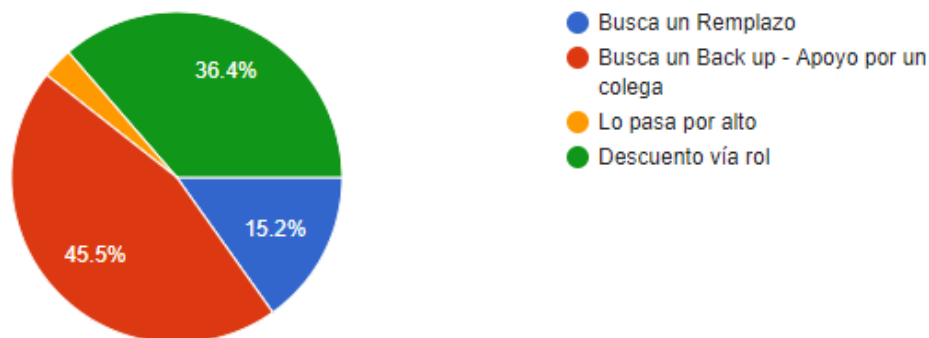


Figura 9: ¿Cuál es la forma en que resuelven este problema de inasistencia?

Mediante esta pregunta se observa que el 45.5% de las empresas resuelven este problema de inasistencia buscando un back up, apoyo de un colega, el 36.4% descuenta esta inasistencia vía rol y el 15.2% busca un reemplazo.

El proyecto tiene gran oportunidad en las empresas debido a que casi el 50% de los encuestados buscan cubrir esa inasistencia.

¿Le gustaría tener una aplicación móvil para buscar personal temporal de inmediato?

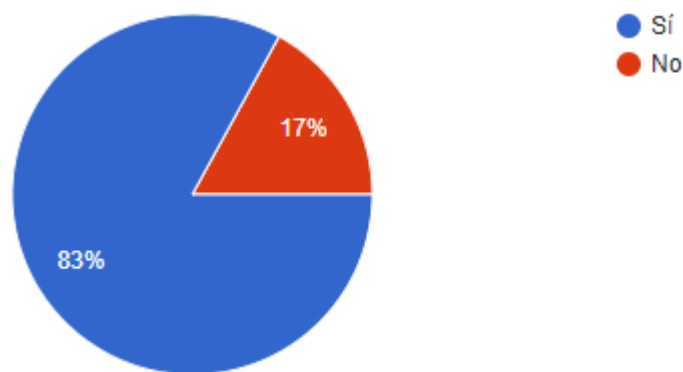


Figura 10: ¿Le gustaría tener una aplicación móvil para buscar personal temporal de inmediato?

Al 83% de los empleadores les gustaría tener una aplicación móvil para buscar personal temporal de inmediato, sin embargo, al 17% no le gustaría tenerla. Esto quiere decir, que el nivel de aceptación del proyecto es alto debido a que son más de 165 empresas a las que les gustaría tenerla.

¿Cómo le gustaría ingresar sus requerimientos?

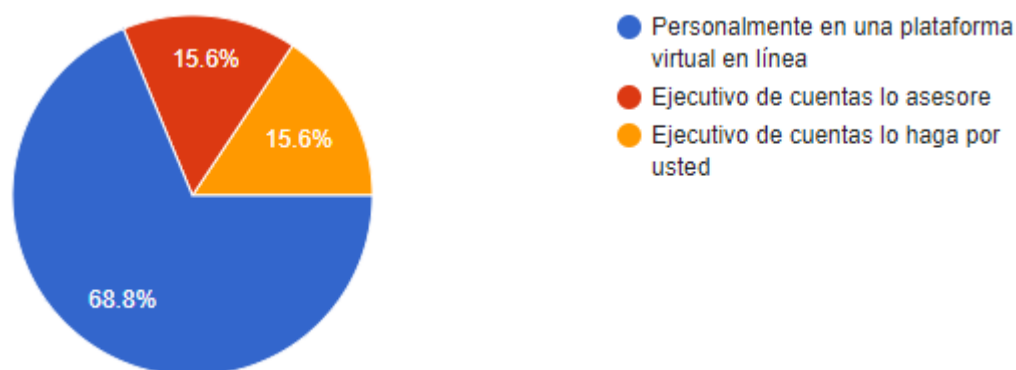


Figura 11: ¿Cómo le gustaría ingresar sus requerimientos?

Mediante esta pregunta se observa que el 68.8% de los empleadores les gustaría ingresar personalmente los requerimientos del perfil que necesitan, y el 15.6% les gustaría que lo asesoren y preferirían que alguien lo haga por ellos.

¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel operativo que cubre una inasistencia de su personal?

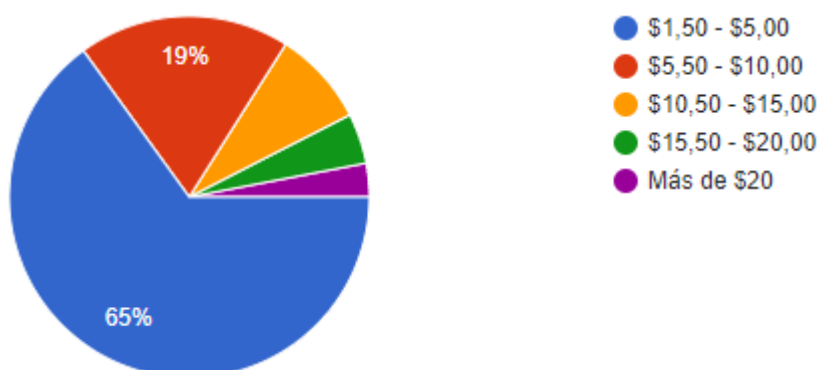


Figura 12: ¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel operativo que cubre una inasistencia de su personal?

Mediante esta pregunta se observa que el 65% de los empleadores pagarían a un trabajador de nivel operativo de \$1,50 a \$5,00, el 19% pagaría de \$5,50 a \$10,00, el 8.5% pagaría de \$10,50 - \$15,00 así como también el 4.5% y 3% pagarían más de \$15 la hora.

¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel administrativo que cubre una inasistencia de su personal?

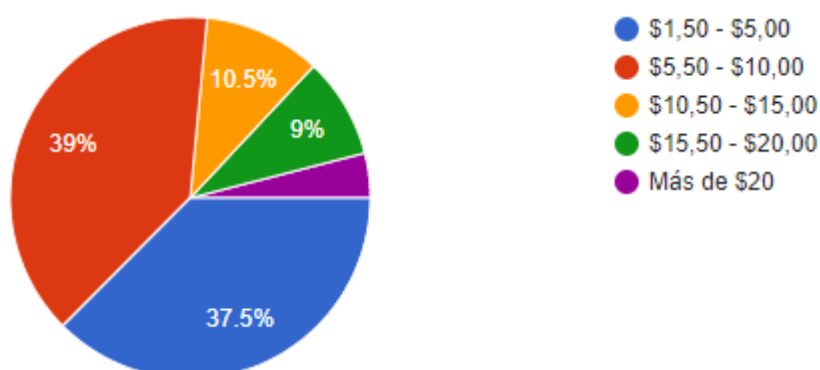


Figura 13: ¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel administrativo que cubre una inasistencia de su personal?

Mediante esta pregunta se observa que el 39% de los empleadores pagarían a un trabajador de nivel administrativo de \$5,50 a \$10,00, el 37.5% pagaría de \$1,50 a \$5,00 y el 10.5% pagaría de \$10,50 - \$15,00.

¿Qué otra clase de profesionales usted estaría dispuesto a contratar fuera del eje de su negocio?

Mencionaron:

Abogado	Diseñadores	Pasantes
Administrador	Ejecutivo Comercial	Personal Administrativo
Agrónomos	Ejecutivo en Ventas	Personal de logística
Arquitectos	Eléctricos	Personal de Vigilancia
Artesanos	Electromecanico	Plomería
Asesor De BPM	Financiero	Programadores
Asesores	Free Lance	Psicólogos
Asesores Ambientales	Ingeniero Industrial	Químico Farmacéutico
Asesores Comerciales	Ingenieros	Seguridad
Asesoría Empresarial	Ingenieros en Sistemas	Seguridad y Salud
Asesoría Textil	Limpieza	Ocupacional
Auxiliar Contable	Marketing	Servicios de Mantenimiento
Capacitadores	Mecánicos	Servicios De Turismo
Carpinteros	Medico	Técnicos

Cerrajeros	Mensajeros - Motorizados	Técnicos IT
Choferes	Mercadólogo	Traductor
Cobranza	Meseros	Tramitadores
Consultores	Mineros Extrapesados	Transportistas
Consultores Jr	Operadores de Equipos	Vendedores
Contador	Camineros	
Delivery	Operarios	

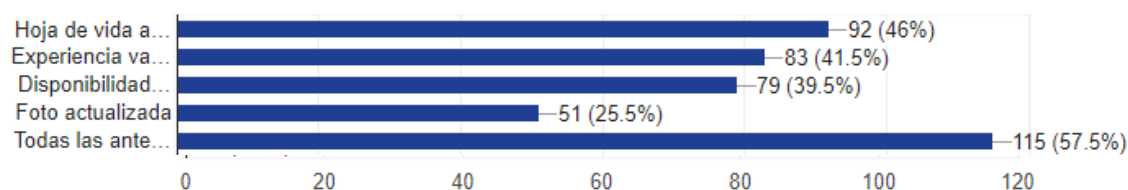


Figura 14: ¿Qué información le gustaría que conste en la aplicación sobre el personal temporal?

Mediante esta pregunta se observa que el 57.5% de los empleadores les gustaría que consten todas las opciones, el 46% les gustaría que conste una hoja de vida actualizada, el 41.5% que conste experiencia laboral validada y el 39.5% le gustaría que conste la disponibilidad de horarios.

¿Qué perfil de empleado espera encontrar en nuestra base de datos?

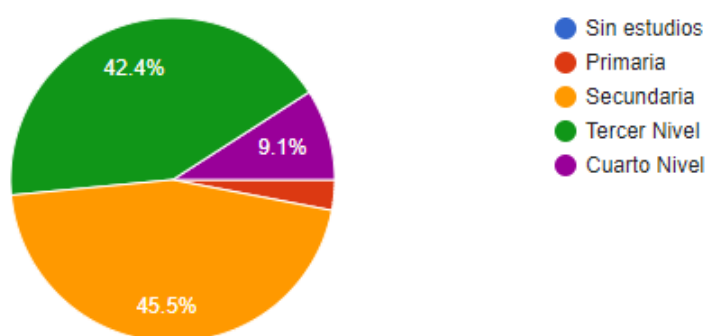


Figura 15: ¿Qué perfil de empleado espera encontrar en nuestra base de datos?

Mediante esta pregunta se observa que el 45.5% de los empleadores les gustaría encontrar en la base de datos de “Work Today EC” a personas con nivel académico hasta secundaria, el 42.5% les gustaría que el personal tenga preparación hasta tercer nivel y el 9.1% de cuarto nivel.

El personal que con frecuencia usted requeriría para reemplazos de que área es:

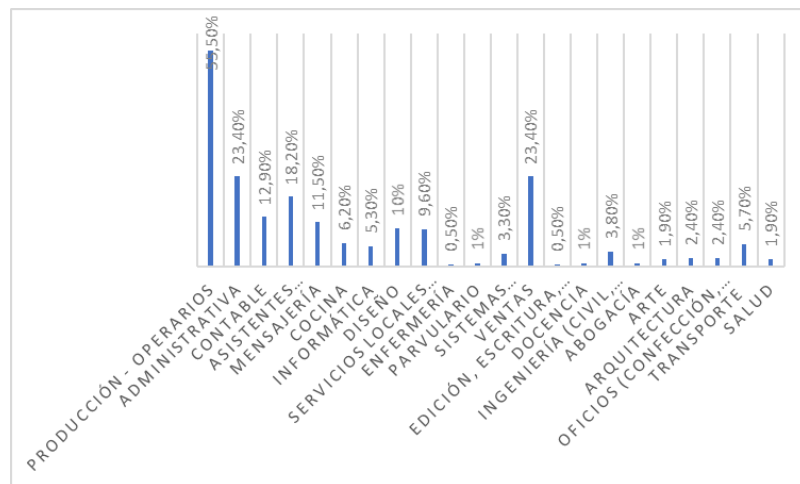


Figura 16: Personal que con frecuencia usted requeriría para reemplazos de que área

Mediante esta pregunta se observa que el trabajador que con frecuencia los empleadores requerirían para reemplazos pertenecen a las áreas: 55.5% producción – operarios, el 23,4% administrativa, 23,4% ventas, 18,2% asistentes polifuncionales, a partir del 13% hacia abajo pertenecen al área contable, cocina, mensajería, diseño, servicios locales, transporte, ingenierías, arquitectura, salud, informática, entre otros.

2.3.4.2 Encuesta 2 – Demandantes

Total: 225 encuestas corridas.

Edad:

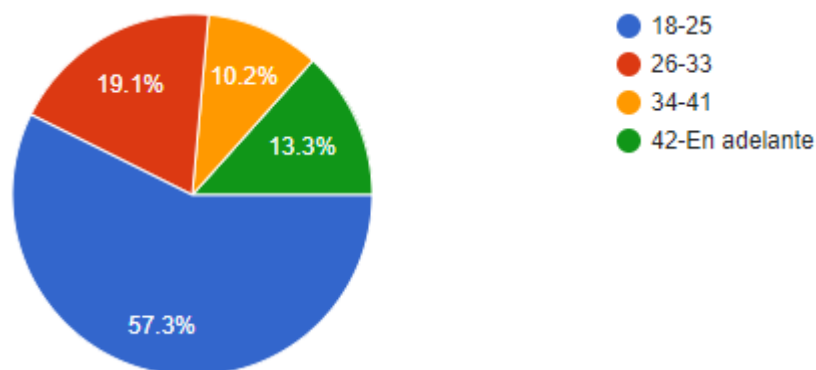


Figura 17: Edad

La mayoría de los encuestados son personas que tienen edades entre 18–25 años, correspondientes al 57.3%; seguido por el grupo 26–33 años de edad que corresponde al 19.1%, el 13.3% corresponde a 42 años en adelante y el 10.2% tienen edades de entre 34 – 41 años de edad.

Ciudad en la que reside:

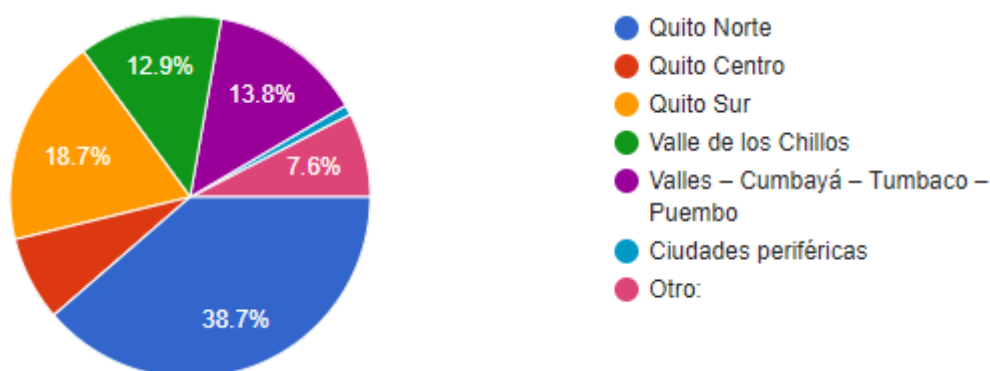


Figura 18: Ciudad en la que reside

Mediante esta pregunta se observa que el 38.7% de los encuestados residen al norte del DMQ, el 18.7% reside en sur de la ciudad, el 13.8% en los valles y el 12.9% en el Valle de los Chillos.

¿Cuál es su nivel de estudios?

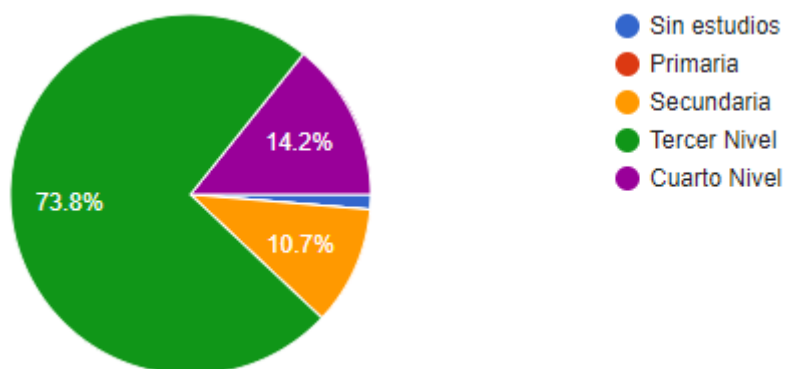


Figura 19: ¿Cuál es su nivel de estudios?

Mediante esta pregunta se observa que el 73.8% de los encuestados tienen un nivel de estudios hasta de tercer nivel, el 10.7% son personas con estudios hasta secundaria y el 14.2% son personas de hasta cuarto nivel de estudios.

Elija su situación actual:

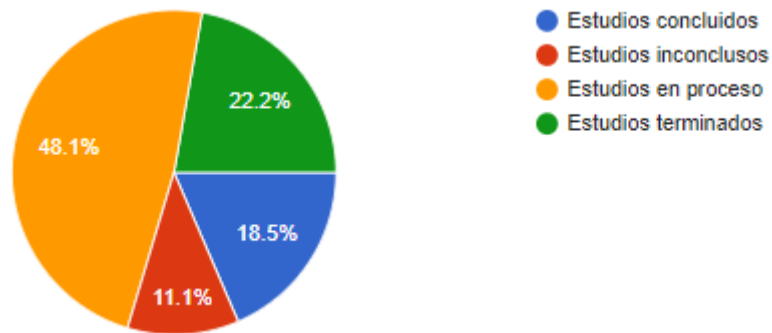


Figura 20: Elija su situación actual

La gran mayoría de los encuestados, 48.1% mantienen sus estudios en proceso, el 40.7% han terminado sus estudios, el 11.1% poseen estudios inconclusos.

¿Usted se encuentra actualmente laborando?

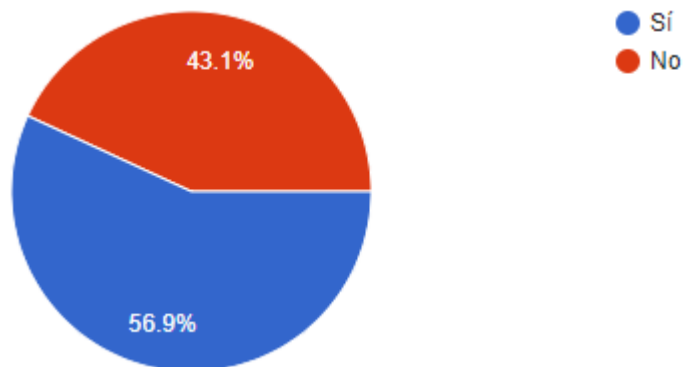


Figura 21: ¿Usted se encuentra actualmente laborando?

El 56.9% de los encuestados se encuentran laborando y el 43.1% no se encuentran laborando actualmente. Tenemos una oportunidad de más de 100 futuros usuarios de la aplicación.

Bajo que modalidad laboral se encuentra:

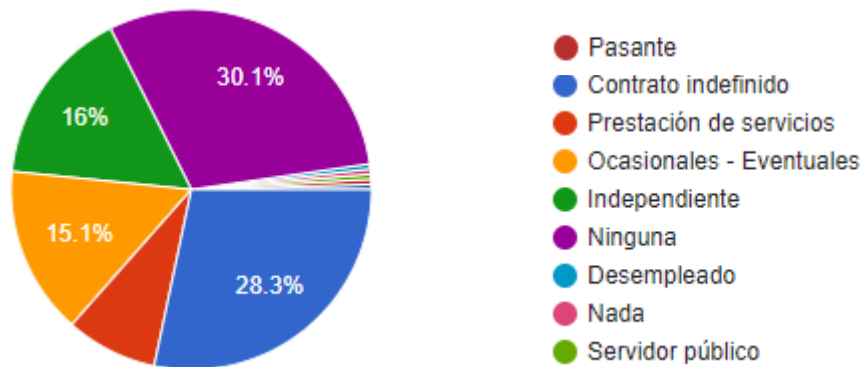


Figura 22: Bajo que modalidad laboral se encuentra

La mayoría de encuestados 30.1% no se encuentran en ninguna modalidad laboral, el 28.3%, trabajan por contrato indefinido, el 16% son independientes seguido por el 15.1% realizan trabajos ocasionales y eventuales.

¿Cuánto es su ingreso mensual?

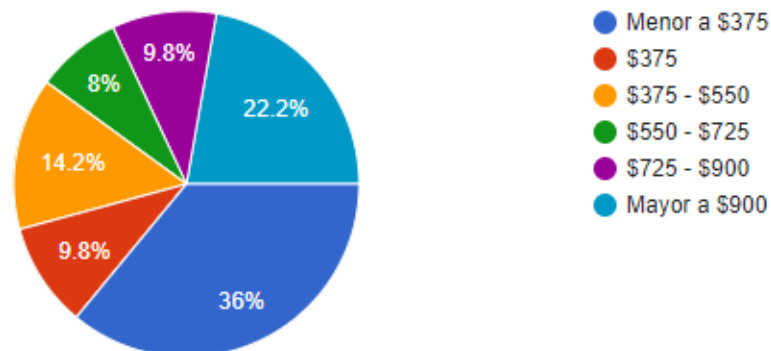


Figura 23: ¿Cuánto es su ingreso mensual?

La mayoría de los encuestados, 36% poseen un ingreso mensual menor a \$375 a diferencia del 22.2% que poseen un ingreso mayor a \$900, el 14.2% entre \$375 - \$550, el 9.8% tienen un ingreso mensual igual al SBU y entre \$725 - \$900 y el 8% tiene ingresos entre \$550 - \$725.

¿Le gustaría tener un ingreso extra por una oferta laboral complementaria de acuerdo con el tiempo que dispone? Si le ofreciéramos una aplicación para acceder a este tipo de ofertas ¿la descargaría?

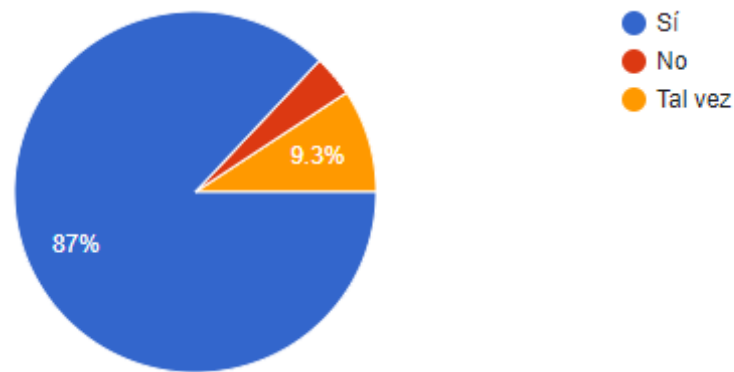


Figura 24: Ingreso extra

Para el grupo de personas que demandan de un trabajo, el 87% estarían interesados en una aplicación donde pueden acceder a vacantes laborales complementarias.

Esto quiere decir que alrededor de 200 serían futuros usuarios de la aplicación, siendo una excelente noticia para el emprendimiento.

¿Cómo le gustaría recibir información de este servicio?

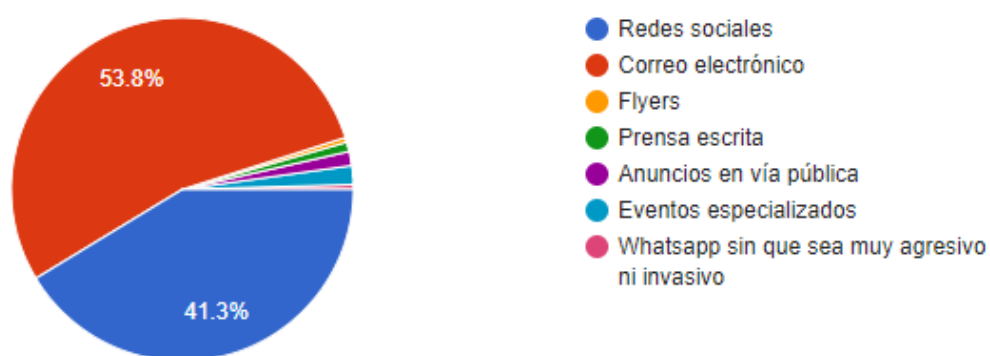


Figura 25: ¿Cómo le gustaría recibir información de este servicio?

El correo electrónico, con un 53.8%, y las redes sociales, con un 41.3%, son los medios más demandados para obtener información.

Los futuros usuarios de la aplicación prefieren recibir información por medios tecnológicos a los tradicionales, escritos.

¿En qué horario le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales?

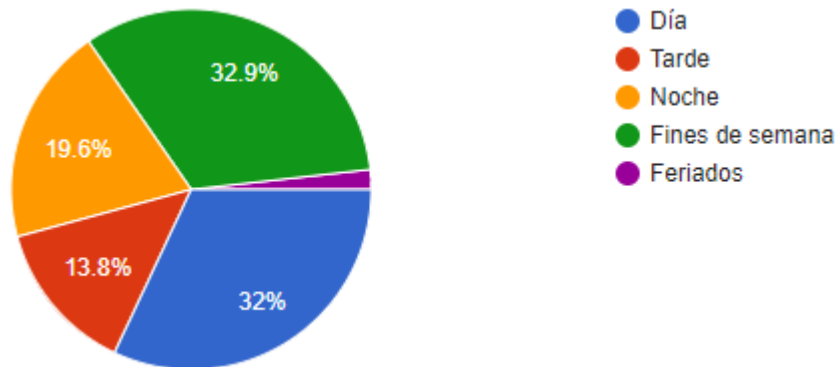


Figura 26: ¿En qué horario le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales?

Debido a que una gran mayoría de los encuestados tienen un trabajo por contrato, sus trabajos se desarrollan durante el día, el 32.9% les gustaría trabajar los fines de semana, el otro grupo mayoritario de desempleados que representa el 32% les gustaría trabajar en el día, el 19.6% les gustaría trabajar de noche, y el 13.8% en la tarde.

¿Con qué frecuencia le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales?

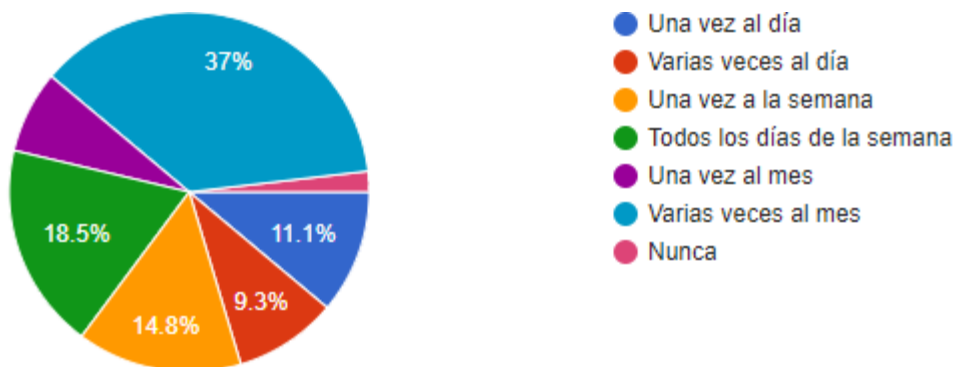


Figura 27: ¿Con qué frecuencia le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales?

A la gran mayoría de los encuestados, el 37% les gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales varias veces al mes, al 18.5% les gustaría trabajar todos los días de la semana, al 14.8% una vez a la semana, el 11.1% una vez al día y el 9.3% varias veces al día.

Por un contrato del día que se pague \$10 (hora), estaría dispuesto a pagar a la empresa caza talentos una comisión de:

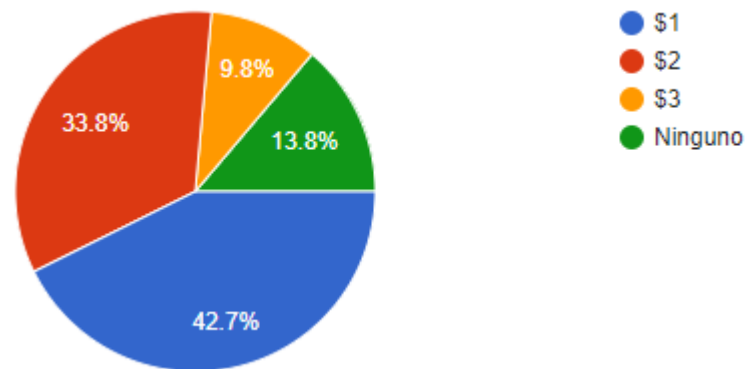


Figura 28: Por un contrato del día que se pague \$10 (hora), estaría dispuesto a pagar a la empresa caza talentos una comisión

El 42.7% de los encuestados estarían dispuestos a pagar una comisión de \$1 a la empresa caza talentos que le ofrezca esta clase de ofertas laborales, el 33.8% estarían dispuestos a pagar por contrato del día \$2, el 9.8% estarían dispuestos a pagar \$3 y el 13.8% no estarían dispuestos a pagar nada.

Señale las áreas en las que posee experiencia laboral:

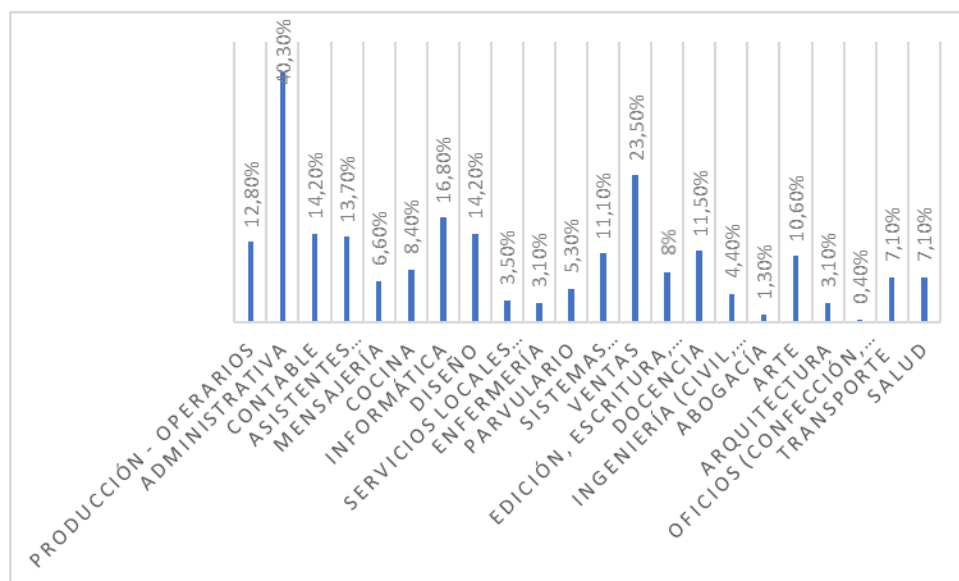


Figura 29: Señale las áreas en las que posee experiencia laboral

Las personas tienen experiencia laboral en áreas correspondientes a campos administrativos, el cual representa el 40.3%, el 16.8% informática. Por otra parte, el trabajo como ventas representa el 23.5%; contables con el 14.2%, sistemas computacionales 11.1%, diseño 14.2% y a partir del 10% hacia abajo tienen experiencia en otras áreas como mensajería, edición, escritura, ingeniería, salud, docencia, arte, transporte, entre otras.

2.3.5 Definición del Mercado Objetivo

La aplicación móvil posee dos clases de mercado objetivo, uno va direccionado en promover a los jóvenes que sean egresados o graduados de tercer nivel y también para los que estén en el proceso de aprendizaje, igualmente para las personas con diferentes niveles de educación, que posean diferentes habilidades o destrezas entre un rango de 18 a 45 años, en cambio desde el punto de vista del oferente el proyecto se enfocará principalmente en las PYMES y grandes empresas que tengan aproximadamente un mínimo número de años de servicio que serían desde los 3 años y también nos guiaremos por la representación que tiene frente a la sociedad.

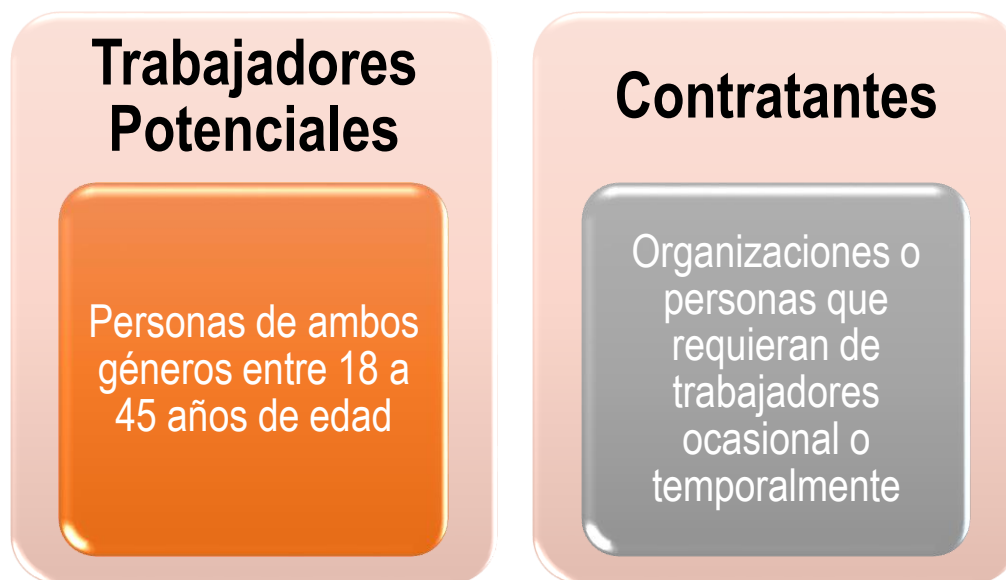


Figura 30: Definición del Mercado Objetivo

2.3.6 Determinación de la Demanda

Se han realizado algunos estudios para determinar cómo el mundo tecnológico se ha desarrollado en el país, cómo se ha impregnado en nuestras vidas y muchas de las personas hacemos uso de esto para fines laborales, personales, sociales, entre otras actividades.

Según la encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), realizada por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016), señala que 1'261.944 de ecuatorianos poseen un teléfono inteligente. Esta información, emitida por el INEC hoy, 16 de mayo del 2015, señala que el 16,9% de las personas mayores de 5 años de edad en el país cuentan con un smartphone. El 24,3% de la población de la población ecuatoriana tiene un 'smartphone'.

El estudio, además, muestra que el grupo con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 25 y 34 años con el 76,5%, seguido de los de 35 a 44 años con el 76%. Mientras que la provincia con mayor número de personas que tiene un teléfono celular activado es Pichincha con el 60,9%, y la menor es Chimborazo con el 37,4%.

El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 35 y 44 años con el 80,8%, seguido de los de 25 a 34 años con el 79,5%.

La demanda del proyecto estará conformada por personas con diferentes niveles de educación, que posean diferentes habilidades o destrezas entre un rango de 18 a 45 años en adelante, como por ejemplo: egresados o graduados de tercer nivel y también para los que estén en el proceso de aprendizaje, igualmente para las personas, en cambio desde el punto de vista del oferente se tendrá enfoque principalmente en las PYMES y grandes empresas.

2.3.7 Determinación de la Oferta

Denominamos oferta del producto como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado.

Cuando las condiciones vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta.

Partiendo de estos puntos ya en el campo tecnológico es muy difícil determinar la oferta del producto, ya que al ser una aplicación móvil en alguna plataforma virtual se pueden generar miles de descargas en los diferentes servidores.

Se pretende colocar dicha herramienta informática en las dos plataformas principales, PlayStore y AppStore, en las que se ofertará la aplicación en versión Freemium es decir sin ningún valor (gratis) y con el paso del tiempo esperamos lanzar la versión Premium a un módico precio de hasta \$5 dependiendo de la demanda que tengamos de la aplicación, así como su acogida.

3 PLAN DE MARKETING

El Ecuador es uno de los países con más alto índice de la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) fue de 33,6%, en 2015, la segunda más alta después de Senegal (38,5%) de entre los 62 países estudiados (El Universo, 2017).

Sin embargo, los emprendimientos tienen serios problemas en mantenerse estables durante cierto lapso de tiempo, debido a que gran parte de estos emprendimientos son creados por falta de empleo más no por mejorar sus ingresos. La falta de estudios, la situación del país y la inexperiencia son algunas de las razones, del fracaso de los mismos. Todas las acciones y decisiones tomadas ya sean grandes o pequeñas, desde los aspectos financieros hasta los de marketing están encaminadas a lograr un incremento en ventas para los emprendimientos, las mismas le permitirán crecer de una manera permanente y sostenible. Motivo por el cuál es necesario llevar a cabo un adecuado plan de marketing para los negocios nacientes.

Sabiendo que un plan de marketing es el instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de marketing; el cual opera en dos niveles: estratégico y táctico. El plan estratégico de marketing establece los mercados meta y la propuesta de valor de la empresa con base en el análisis de las mejores oportunidades de mercado. El plan táctico de marketing especifica las tácticas de marketing que incluyen las características del producto, promoción, comercialización, fijación de precios, canales de ventas y servicio. (Kotler & Keller, Dirección de marketing, 2012)

3.1 Análisis Situacional

En esta parte se hablará acerca la estructura, filosofía y cultura organizacional con la que se pretende efectuar el presente emprendimiento “Work Today EC”.

3.1.1 Análisis Interno

3.1.1.1 Filosofía del negocio

Misión: Somos una empresa dedicada a brindar diversas oportunidades de trabajo diarias mediante una aplicación gratuita que facilita la consecución de empleo a corto plazo; satisfaciendo las necesidades de empleadores que requieren personal y a personas que no poseen empleo o a su vez éste es muy limitado, generando mayores oportunidades y brindando mayor competitividad dentro del mercado laboral de manera en que se espera convertir este proyecto en la principal solución del desempleo.

Visión: Para el año 2020, “Work Today EC” busca posicionarse en el Ecuador como una herramienta útil y eficaz que sirva de apoyo al mercado laboral, mediante la oferta de una aplicación móvil práctica que facilite a los usuarios generar y conseguir empleo a corto plazo o espontáneo. Convirtiendo este servicio en uno de los principales medios para la búsqueda de trabajo de este tipo; contribuyendo a su vez al bienestar económico de la población y al dinamismo del mercado laboral.

Valores del negocio:

- **Confianza y Transparencia:** Brindar la confianza para que tanto los oferentes como los demandantes de una vacante, sientan seguridad de ingresar a la aplicación y sepan que el servicio prestado va a ser realizado y que todo es real.
- **Credibilidad:** Siempre responder tanto a las necesidades como a las expectativas de los usuarios con integridad y alto cumplimiento de ofrecimientos en las relaciones entre clientes generando lealtad hacia la empresa y viceversa.
- **Calidad:** Dirigirse de manera eficiente a los clientes.
- **Compromiso:** Formar un ambiente confiable y seguro con procesos rápidos y actualizaciones constantes para que los usuarios tengan facilidades de accesos y publicaciones; siempre direccionados a satisfacer la demanda.

- **Puntualidad:** Mantener actualizado el sistema para que los usuarios puedan acceder al servicio rápidamente y sin problemas, garantizando la plena satisfacción con los clientes.
- **Comunicación:** Desarrollar y conservar una buena comunicación de manera que se genere un buen desempeño de los procesos y mejora en las relaciones con los clientes. El servicio generará un ambiente confiable con los usuarios, actualizando el sistema permanentemente para que todos se enteren de las novedades, intereses y diferentes actividades de la aplicación.
- **Calidez humana:** Que los usuarios pueden contar con un trato amable y personalizado tanto en el sistema de la aplicación como el equipo humano deben estar formados para entablar relaciones comerciales cordiales y amistosas.
- **Servicio:** Responder de una manera oportuna y eficaz a las necesidades de los clientes, propiciando una relación continua, confiable y duradera.
- **Honradez e Integridad:** El equipo debe mantener una buena conducta con los usuarios, siempre actuando con sinceridad y generando confianza en el servicio.
- **Responsabilidad:** Ser responsables de que la información de la empresa sea entregada normalmente a los organismos de control y que ésta sea completa, veraz, precisa y oportuna. Por otra parte, responsables con el servicio que brindamos, cumpliendo los parámetros establecidos y satisfaciendo a los usuarios.

3.1.1.2 Objetivos del negocio

- **Ventas**

Generar descargas de la aplicación cerca de dos mil usuarios, comenzando en la ciudad, y en un futuro en las principales urbes; generando oportunidades para todas las personas que no poseen un empleo o que quieren mejorar sus ingresos.

- **Posicionamiento**

Incrementar el nivel de notoriedad de la marca.

- **Rentabilidad**

Generar ganancias mediante nuevos canales de ingresos, venta de base de datos y reducción de costos a un 20% mediante un sistema de referidos o fidelización o un modelo de venta tipo B2B.

- **Social**

Dirigido para toda persona si un empleo fijo, con necesidad de trabajar.

3.1.1.3 Análisis FODA

El análisis FODA es un modelo simple y directo, que provee orientación y sirve como catalizador del desarrollo de un plan de marketing viable. (Lambin, Gallucci, & Sicurello, 2009).

Tabla 3: Análisis FODA

<div> <div>Factores Internos</div> <div>Factores Externos</div> </div>	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> - Producto móvil innovador - Flexibilidad del producto (personalización, horarios, comunicación más directa, continuas ofertas de empleo) - Distribución sencilla a través de plataformas móviles e interfaz gráfica sencilla y práctica para usar. - Equipo de trabajo comprometido que posee las capacidades de producir un desarrollo continuo para la aplicación. - Llegar a tener miles de usuarios confiables y preparados como demandantes. 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Recursos económicos para habilitar la aplicación. - No contamos con un conocimiento previo del producto por parte de la demanda. - Alta inversión en publicidad para dar a conocer el producto. - Generar fidelidad de las personas para que hagan uso de la aplicación. - Soporte y mantenimiento de la aplicación.
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - La gran dependencia que existe hoy en día, del uso del móvil y tenerlo operativo las 24 horas. - Constante crecimiento de usuarios por la alta necesidad de empleos. - Incursionar en nuevas líneas de negocio. - Posibilidad de crear alianzas estratégicas con otras empresas y usuarios - Rápido posicionamiento de la aplicación - Generación de pautantes para publicidad por la alta concentración de usuarios 	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS (FO) <ul style="list-style-type: none"> - Optimizar la búsqueda de empleo mediante una aplicación móvil - Creación de una nueva búsqueda de empleos, especializada en la búsqueda de posibles trabajos potenciales por horas - Potenciar el reconocimiento del negocio en los usuarios mediante la experiencia y buen manejo de la marca. 	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS (DO) <ul style="list-style-type: none"> - Incursión de nuevas líneas de negocio mediante un correcto manejo de la marca. - Invertir más recursos financieros para la expansión digital y mejoramiento del sistema operativo. - Buscar la expansión de la aplicación en el país, generando nuevas plazas de trabajo - Manejo de capacitación y asesoramiento constante al personal.
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> - Aparición de nuevas empresas con proyectos similares. - Falta de conocimiento en tecnología por personas mayores. - Inseguridad. - Promociones de compañías nuevas dedicadas a la misma actividad comercial. - Políticas gubernamentales. - Mercado atractivo para nuevos competidores. - Resistencia al cambio, rigidez tecnológica, - No tener una campaña de medios eficaz, ni contar con recursos para difundir la aplicación. 	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS (FA) <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer vínculos con el equipo de trabajo que llevará a cabo esta aplicación. - Establecer alianzas estratégicas con empresas y proveedores. - Brindar valor agregado al momento de la búsqueda de trabajadores eventuales. 	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS (DA) <ul style="list-style-type: none"> - Manejo y actualización permanente sobre las tendencias de búsqueda de trabajo y generación de empleos eventuales. - Creación de un plan estratégico - Fidelización de los usuarios.

Luego de analizar todos los factores tanto internos como externos del proyecto se obtienen las siguientes conclusiones:

“Work Today EC” pretende ser una aplicación con varios puntos a su favor, tanto como el valor agregado que tiene así como las diferentes funcionalidades que posee, se espera tener gran cantidad de usuarios que descarguen la aplicación con el fin de buscar una salida al desempleo.

Los factores tanto de recursos económicos como humanos para el desarrollo de la aplicación serán los más sensibles, debido a que no se cuenta con un conocimiento previo y se podrán tener reacciones diversas por parte de la demanda.

3.1.1.4 Matriz QSPM

Existen varios métodos para priorizar los objetivos, un método que se usa comúnmente es empleando la matriz QSPM. El modelo de la matriz cuantitativa de planeación estratégica (Quantitative Strategic Planning Matrix, QSPM), proporciona un método analítico para comparar acciones alternativas factibles, eliminando aspectos intuitivos y subjetivos en la selección de objetivos, ya que este método introduce elementos cuantitativos que hacen más objetivo el análisis. Determina lo atractivo de los objetivos basados en el grado en el cual los factores de éxito internos y externos se capitalizan o se mejoran (Gallardo Hernández, 2012).

Tabla 10: Desarrollo Matriz QSPM

MATRIZ QSPM		OBJETIVO 1		OBJETIVO 2		OBJETIVO 3		OBJETIVO 4	
Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor
FORTALEZAS									
Es un producto innovador, que sus características despertaran interés en el usuario y a su vez atraeríamos a más inversores	0,14	2	0,28	3	0,42	4	0,56	4	0,56
Flexibilidad del producto (personalización, horarios, comunicación más directa, continuas ofertas de empleo)	0,11	2	0,22	4	0,44	2	0,22	3	0,33
Distribución sencilla a través de plataformas móviles e interfaz gráfica sencilla y práctica para usar	0,13	3	0,39	3	0,39	2	0,26	2	0,26
Contar con un equipo que posee las capacidades de producir un desarrollo continuo para la aplicación	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15
La gran dependencia que existe hoy en día del uso del móvil y tenerlo operativo las 24h	0,11	4	0,44	4	0,44	4	0,44	3	0,33
DEBILIDADES									
Recursos económicos para habilitar la aplicación.	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36
No contamos con un conocimiento previo del producto por parte de la demanda.	0,06	3	0,18	4	0,24	2	0,12	3	0,36
Invertir en publicidad para dar a conocer el producto.	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	2	0,60
Debemos convencer a las personas para que hagan uso de la aplicación.	0,11	3	0,33	4	0,44	4	0,44	3	1,32
Soporte y mantenimiento de la aplicación.	0,10	0	0,00	2	0,20	0	0,00	2	0,00
ENTORNO INTERNO	1,00		2,75		3,48		2,85		4,27
OPORTUNIDADES									
Excelente acogida y constante crecimiento de usuarios por la alta demanda de la necesidad de empleos	0,15	4	0,60	4	0,60	2	0,30	3	0,45
Rápido posicionamiento de la aplicación.	0,10	3	0,30	3	0,30	2	0,20	4	0,40
La empresa puede asociarse con empresas que se dediquen a publicar ofertas laborales	0,10	2	0,20	4	0,40	3	0,30	2	0,20
Escasa competencia (por novedad de la aplicación)	0,08	3	0,24	3	0,24	1	0,08	3	0,24
Generación de pauta para publicidad por la alta concentración de usuarios	0,10	4	0,40	4	0,40	1	0,10	4	0,40
AMENAZAS									
Aparición de nuevas empresas con proyectos similares	0,16	1	0,16	2	0,32	1	0,16	2	0,32
Falta de conocimiento en tecnología por personas mayores	0,12	4	0,48	1	0,12	4	0,48	3	0,36
Promociones de compañías nuevas dedicadas a la misma actividad comercial.	0,05	2	0,10	3	0,15	3	0,15	4	0,20
Resistencia al cambio, rigidez tecnológica	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	4	0,40
No tener una campaña de medios eficaz, ni contar con recursos para difundir la aplicación.	0,04	1	0,04	2	0,08	1	0,04	2	0,08
ENTORNO EXTERNO	1,00		2,92		3,01		2,21		3,05
			5,67			6,49			5,06
									7,32

De manera que se determina que los objetivos que se deben priorizar son los siguientes:

- Identificar la situación actual de los empleadores y empleados de la ciudad de Quito para conocer las necesidades de oferta y demanda de trabajos eventuales mediante el estudio del mercado.
- Diseñar un plan de marketing mix para empleadores y posibles empleados de la aplicación para lograr una comercialización adecuada de la introducción del producto al segmento de mercado seleccionado.

3.2 Plan estratégico de marketing mix

3.2.1 Estrategia de Producto

Al desarrollar un nuevo producto, es necesario definir varios aspectos referentes a las estrategias y características del producto a desarrollar, el cual debe tener un valor agregado que lo haga distintivo a los demás productos ofertados en el mercado, en el caso de la aplicación móvil “Work Today EC” se llevarán a cabo las siguientes estrategias;

- **Elección de marca y diseño del logo**

La estrategia de marca expresa el número y la naturaleza de los elementos de marca comunes y distintivos que se aplican a los diferentes productos que comercializa una empresa. En otras palabras, para elaborar una estrategia de marca es necesario decidir sobre la naturaleza de los elementos de marca nuevos y existentes que se aplicarán a los productos nuevos y existentes.

La marca es aquella que atrae la atención a los potenciales usuarios y brinda de manera indirecta algunas pautas e indicaciones sobre productos que le pueden resultar útiles.

Por este motivo, fue de vital importancia escoger de manera adecuada el nombre de la aplicación móvil que se pretende sacar al mercado. La aplicación informática tomará el nombre de: “Work Today EC” que traducido al español significa:

“Trabajo hoy EC” especificando que pertenece esta aplicación a Ecuador. La elección del nombre se debe a que conceptualiza la idea del proyecto, es decir poder generar y mostrar propuestas de trabajo diarias útiles para el Ecuador.

En un futuro se espera registrar el nombre de la marca para tener protección legal para ciertas características únicas que podrían copiar los competidores.

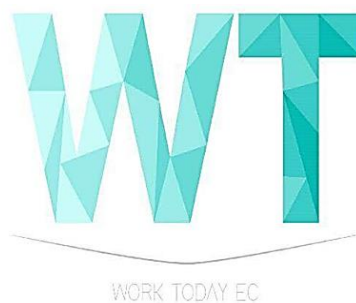
Teniendo en cuenta estos factores, el diseño de su se ha seleccionado la siguiente marca:



Figura 31: Logotipo “Work Today EC”

- **El diseño de la aplicación y su funcionalidad**

Gracias a las encuestas realizadas pudimos concluir que las personas tanto oferentes como demandantes de empleo desearían recibir propuestas de trabajo eventuales mediante una plataforma virtual en línea. En este caso debido a que no se ofertará un producto físico sino una aplicación móvil digital, no se utilizaría empaque ni etiqueta para la presentación. Se creará una herramienta que sea fácil de utilizar y un diseño con buena estética brindando una excelente funcionalidad de la aplicación con las características necesarias, como se puede observar a continuación:



Encuentra trabajo HOY

www.worktodayec.com

info@worktodayec.com

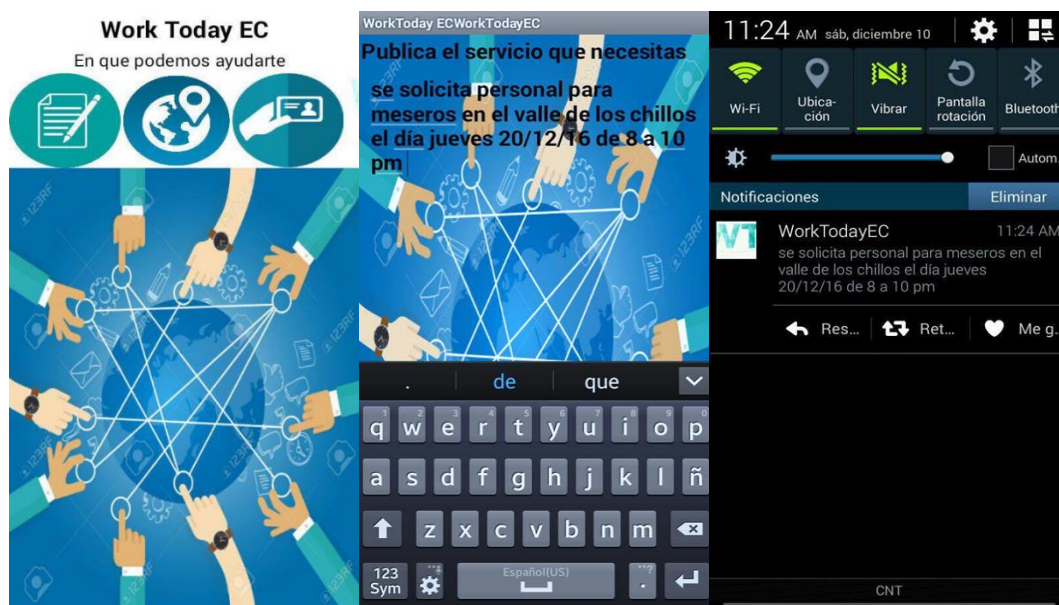


Figura 32: Diseño de la aplicación

Tabla 11: Presupuesto de Producto

PRESUPUESTO DE PRODUCTO				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL	OBSERVACIÓN
Logo / Marca	1	\$ 33,33	\$ 400,00	Valor a pagar por derecho de Marcas de Certificación \$ 400,00 USD en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual dura 10 años con la protección de la marca de certificación.
Desarrollo de la aplicación	1	\$ 166,67	\$ 2.000,00	Mantenimiento y desarrollo de la aplicación
Total			\$ 2.400,00	

- El diseño del logo de la aplicación no tiene ningún costo debido a que fue realizada por mi persona, mediante herramientas informáticas y conocimientos propios de diseño.

- El costo de mantener registrada la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, tiene un costo de \$400 anuales, se pagará este rubro con el fin de proteger tanto la marca como el nombre de la aplicación.
- Referente al desarrollo de la aplicación se coloca un valor referencial del costo en el que se incurrirá anualmente por el mantenimiento y desarrollo de la misma.

3.2.2 Estrategia de Plaza

Al consistir el proyecto en un producto tecnológico (aplicación informática) que estará al alcance de las personas en sus dispositivos móviles buscando incentivar y promover el trabajo en el país mostrando una solución al mayor problema de la sociedad en la actualidad, el desempleo.

La aplicación se va a ofrecer en las diferentes plataformas virtuales existentes, tanto en la plataforma de PlayStore como de la AppStore, disponibles en los diferentes dispositivos móviles como los celulares inteligentes, tablets y Smart watch que contengan los sistemas operativos Android e IOS, también para los ordenadores con sistemas operativos Windows y Mac OS.

Dichas plataformas se convertirán en los intermediarios para la compra / venta de la aplicación y mediante los cuales, tanto oferentes como demandantes se la podrán descargar en sus dispositivos móviles con la finalidad de incentivar y promover el trabajo en el país mostrando una solución útil para el desempleo.

- **Desarrollo del Sistema Operativo para las Plataformas**

Para poder ubicar la aplicación en estas plataformas es necesario desarrollar Swift/XCode para IOS así como también Java para Android.

- **Swift/XCode para IOS**

Para ser poder publicar o distribuir una aplicación móvil en la plataforma de AppStore del sistema IOS es necesario inscribirse en el programa llamado

“Apple Developer” el mismo que tiene un costo de 99 USD por año de membresía. Enfocado a varios públicos objetivos tanto a organizaciones, instituciones educativas y desarrolladores individuales o propietarios únicos / personas solas interesada en crear aplicaciones para su distribución en la tienda de aplicaciones para iPhone, iPad, Mac y Apple Watch. La membresía incluye el acceso a versiones de beta del sistema operativo, capacidades avanzadas de aplicaciones y herramientas para desarrollar, probar y distribuir aplicaciones y extensiones de Safari (Apple Inc., Developer Apple, 2017).

Este programa permite tener un conocimiento integral de las herramientas que son necesarias para el correcto desarrollo de una aplicación informática, ya que pone a disposición recursos y herramientas necesarias para su ejecución como:

Swift es un lenguaje potente y abierto a todos para crear apps increíbles. Swift es un intuitivo lenguaje de programación creado por Apple que permite diseñar apps para iOS, Mac, el Apple TV y el Apple Watch. Está pensado para dar a los desarrolladores más libertad que nunca. Como es de código abierto y tan fácil de usar, con Swift cualquiera puede hacer realidad sus ideas. Todas las apps para Mac y iOS nacen en el mismo sitio: la app Xcode de Mac. Incluye todas las herramientas que necesitas para crear apps impresionantes, y puede descargarse gratis del Mac App Store (Apple Inc. , Apple Inc., 2017).

Tabla 12: Características del programa de desarrolladores de Apple

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA DE DESARROLLADORES DE APPLE
<ul style="list-style-type: none"> • Obtienes el 70% de los ingresos por ventas. 85% para suscripciones elegibles. • Sin tarifas de hosting. • Apple maneja el procesamiento de pagos en todo el mundo. • Crea aplicaciones B2B personalizadas. • Puede ofrecer compras por volumen y precios educativos. • Prueba Beta TestFlight • Soporte técnico • Capacidades avanzadas de la aplicación

Fuente: (Apple Developer Program, s.f.)

▪ Java para Android

La versión de Java para dispositivos móviles está basada en la edición Micro Edition de la plataforma Java (Java ME), que constituye un entorno sólido y flexible para aplicaciones ejecutadas en dispositivos móviles y otros dispositivos incrustados: teléfonos móviles, PDA, decodificadores e impresoras. Java ME cuenta con unas interfaces de usuario flexibles, un sólido entorno de seguridad, protocolos de red integrados y soporte para aplicaciones fuera de línea y de trabajo en red que se pueden descargar dinámicamente. Las aplicaciones basadas en Java ME se pueden usar en varios dispositivos, al tiempo que aprovechan las funciones nativas de cada uno de ellos. (Oracle Corporation, 2012). El sistema operativo de Android maneja un programa para desarrolladores de aplicaciones móviles, llamado “Google Play Developer Console” el cual tiene un costo, cuota de registro (25 USD) siendo el único pago necesario para empezar a trabajar y poder distribuir la aplicación mediante la tienda Google Play (Google, 2017).

Tabla 13: Características del programa de desarrolladores de Google Play

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA DE DESARROLLADORES DE GOOGLE PLAY
<ul style="list-style-type: none">• Haz un seguimiento de tu rendimiento• Android vitals• Administración de lanzamientos• Presencia en Google Play Store• Adquisición de usuarios• Informes financieros• Comentarios de usuarios• Servicios de juegos• Acceso del equipo y notificaciones

Fuente: (Android Developers Blog, 2017)

- **Localización del lugar de trabajo**

Considerando los resultados obtenidos en el estudio de mercado, en donde se evidencia que los usuarios tanto oferentes como demandantes necesitan servicio de asesoramiento en cuanto al uso de la aplicación, se han planteado las siguientes estrategias:

- Ubicar las instalaciones del negocio adaptándolas a las necesidades del cliente, en un lugar estratégico y comercial de Quito por el sector Norte de la ciudad, con instalaciones adecuadas y arregladas para el trabajo diario del personal estará equipado con múltiples escritorios y sillones para la espera de los visitantes a las instalaciones, también sillas y aparadores para el complemento de buenos implementos de trabajo y se contratará el servicio de internet con la más alta velocidad para así obtener un trabajo eficiente, principalmente se necesitará computadores con programas especializados para desarrollos de apps, y con simuladores instalados para actualizar de manera más rápida la aplicación.

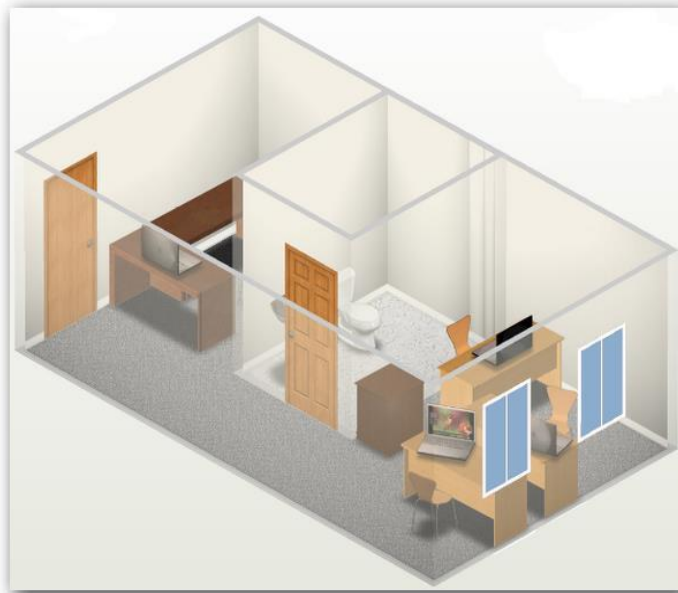


Figura 33: Planos de oficina

Tabla 14: Presupuesto de Plaza

PRESUPUESTO DE PLAZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Desarrollo de Swift/XCode para IOS	1	\$ 8,25	\$ 99,00
Desarrollo de Java para Android	1	\$ 2,08	\$ 25,00
Oficina	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Total			\$ 3.724,00

- \$99 anuales, es el costo de ser desarrollador en App Store y poder subir aplicaciones en la plataforma.
- \$25 anuales, es el costo de ser desarrollador en Play Store y poder subir aplicaciones en la plataforma.
- \$300 es el costo del alquiler de la oficina ubicada en la Av. Iñaquito y Naciones Unidas. Edificio Comandato, piso 2 oficina 206, incluido alícuota del edificio y servicios básicos.

3.2.3 Estrategia de Precio

“Work Today EC” al intentar lanzarse como una aplicación móvil, desarrollará varias estrategias de precios en base a su giro de negocio, para poder establecer un precio rentable y racional hacia sus usuarios:

Determinar el precio que están dispuestos a pagar y hallar lo que desean

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas corridas, se detalla explícitamente el valor de una comisión para los usuarios demandantes de la aplicación de trabajos eventuales, trabajadores, donde se refleja lo siguiente:

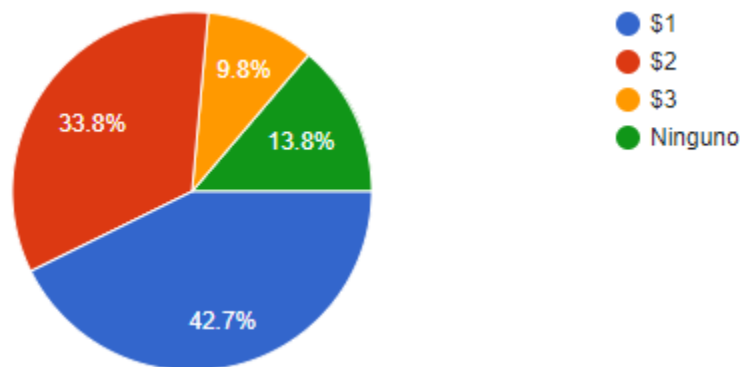


Figura 34: Resultados de investigación del mercado acerca de la pregunta de cuánto estaría dispuesto a pagar a la empresa caza talentos una comisión

Se observa que el 42.7% de los encuestados estarían dispuestos a pagar una comisión de \$1 a la empresa caza talentos que le ofrezca esta clase de ofertas laborales, el 33.8% estarían dispuestos a pagar \$2 por contrato del día. Esto quiere decir que las personas, si estarían dispuestos a pagar una comisión.

Tener un producto gratuito

Adobe distribuyó gratuitamente su PDF Reader en 1994, y lo mismo hizo Macromedia con su reproductor Shockwave en 1995. Ambas aplicaciones se convirtieron en estándar de la industria, pero en realidad estas empresas obtenían ganancias por la venta de su software de autoría. Más recientemente nuevas iniciativas de Internet, como Blogger Weblog (para creación de blogs), la comunidad online de MySpace y Skype (la herramienta de telefonía por red), han logrado cierto éxito con una estrategia conocida como freemiums, que consiste en ofrecer servicios básicos gratuitos online y cobrar por algún componente premium (Kotler & Keller, Dirección de marketing, 2012).

Basándose en esta estrategia para entrar al mercado con fuerza se permitirá descargar la aplicación gratis, como una versión demo, durante un tiempo límite, para lograr mayor número de usuarios que descarguen la aplicación y de esta manera darse a conocer en el mercado y llegar a ser la opción número uno al momento de buscar empleos eventuales a de la ciudad de Quito; en este tiempo el usuario tendrá la oportunidad de ver cómo funciona la app y las utilidades que posee; con el paso del tiempo se lanzará versiones de la aplicación mejorada y los usuarios tendrán que pagar para continuar utilizando la aplicación.

Fijación de precios para alcanzar una tasa de rentabilidad

Se establecerán el precio de la aplicación, en su versión premium, de acuerdo a análisis que posteriormente serán descritos, la estrategia de precios del negocio se fundamentará en el total de costos y total de gastos incurridos en la elaboración del proyecto, para poder generar un retorno de la inversión y posteriormente ganancias, mediante varios flujos de ingresos. Teniendo en cuenta que se manejará dos tipos de precio debido a que la aplicación posee dos mercados objetivos.

Adicionalmente se debe tomar en cuenta los precios que tiene la competencia para el manejo acertado de precios competitivos.

Tabla 15: Presupuesto de precio

PRESUPUESTO DE PRECIO			
ACTIVIDAD	ESTRATEGIA	OBJETIVO	COSTO
Precio de acuerdo a lo que están dispuestos a pagar los demandantes por cada contrato efectuado	Tener un producto gratuito para con el tiempo lanzar una versión premium	Manejar precios competitivos y lograr rentabilidad al negocio y a la aplicación	Actualizaciones de la aplicación

La estrategia de precios que se implementará en “Work Today EC” se fundamentará en tener un producto gratuito para que una vez conocida por los usuarios y se encuentre durante un tiempo en el mercado, pueda lanzar una versión pagada de la aplicación donde se ofrecerán mayores facilidades y beneficios.

3.2.4 Estrategia de Promoción

“Work Today EC” tiene como objetivo llegar a empleadores, los cuales necesiten de personal inmediato para las diferentes labores y, por otro lado, a personas las cuales no tengan trabajo estable y puedan presentarse a las diversas ofertas propuestas.

Al ser una aplicación móvil que desea inmiscuirse en el mercado, se establecerán varias estrategias de promoción las cuales permitirán socializar inmediatamente el próximo lanzamiento de la aplicación mediante la difusión masiva en redes sociales, la creación de un video en el cual se detalle la información, ventajas y modo de funcionar de la app, al construir una gran aplicación, que cumpla las necesidades de las personas se espera ser objeto de publicidad boca a boca de manera gratuita, ya que los usuarios se sentirán conformes con la aplicación y con sus objetivos, y esto servirá para generar mayor número de descargas por las personas que lo necesitan.

La aplicación será colocada en las dos plataformas más importantes para usuarios de Smartphone, las cuales son AppStore y PlayStore, las descargas generadas por los usuarios permitirán saber si es necesario incrementar la publicidad o por otro lado si la publicidad que hemos realizado ha sido suficiente de acuerdo con los objetivos.

Publicidad:

El producto que se va a ofertar se publicitará mediante diversas plataformas las cuales consideramos las más necesarias con el fin de optimizar costos y no incurrir en gastos excesivamente altos.

- De acuerdo a los resultados arrojados por las encuestas realizadas, los medios mediante los cuales les gustaría recibir información a los usuarios acerca de las notificaciones de la app son: El correo electrónico, con un 53.8%, y las redes sociales, con un 41.3%, son los medios más demandados para obtener información.
- Se tendrá difusión masiva en redes sociales, mediante la generación de anuncios los cuales presenten a la aplicación y a sus beneficios, se centrará en las redes sociales más comunes y usadas tales como Facebook, Instagram, Twitter.
- Elaboración y distribución de medios informativos de la aplicación tales como: hojas volantes y dípticos. Que serán entregados en lugares estratégicos de la ciudad de Quito de acuerdo a una anticipada programación, por ejemplo, universidades, centros comerciales, paradas de buses, parques, cámaras de comercio, entre otros.

- Hoja volante



Iñaquito y NN, UU, Edificio Comandato, Piso 2, oficina 206 -Teléfonos: 2 449 312 - 09 87749793

Figura 35: Hoja volante

- Díptico

MISIÓN

Somos una empresa que mediante una aplicación móvil práctica busca brindar diversas oportunidades de trabajo diarias, que faciliten a los usuarios generar y conseguir empleo espontáneo a corto plazo.

VISIÓN

Ser una empresa líder a nivel nacional que sirva de apoyo al mercado laboral con nuestro servicio en uno de los principales medios para la búsqueda de empleos a corto plazo.



Plaquito y NN. UU.
Edificio Comandato, Piso 2, oficina 206.
Teléfonos: 2 449 312 • 09 87749793
worktoday@worktoda.com.ec
Quito - Ecuador



WORK TODAY EC

La mejor red de profesionales
Una gran solución para la ubicación profesionales de modo emergente.



Figura 36: Díptico

- Creación de un video publicitario en el cual se detalle la información del modo de funcionar de la aplicación, así como las ventajas y beneficios del valor agregado

que tendrá esta gran aplicación, cumpliendo con las necesidades de los usuarios; usando las redes sociales existentes para la difusión del mismo.

- Link del video: <https://www.youtube.com/watch?v=IIVAUQfh8gg&t=5s>
- Iniciar un plan de referidos mediante redes sociales y lograr generar publicidad boca a boca de manera gratuita, ya que los usuarios al saber de esta nueva aplicación y sus objetivos, y la novedad de la misma generará mayor número de descargas por las personas que lo necesitan.
- Se generará publicidad mediante Google AdWords la cual permite crear anuncios de “Work Today EC” en diferentes formatos generados automáticamente, que pueden mostrarse en la red de búsqueda, como YouTube. Estos anuncios pueden aparecer en todas las redes disponibles.
- Y como último punto será colocar las palabras clave (keywords) de tal manera que las personas requieran trabajo o trabajadores nos encontrarán fácilmente ingresando palabras como: trabajo, empleado, se busca empleo, desempleo, eventual, entre otros.

Promoción de Ventas:

- A las personas que se acerquen a dejar personalmente sus hojas de vida a la oficina de “Work Today EC” se les entregará novelties, como esferos, llaveros, etiquetas, pulseras como bienvenida a la plataforma.
- Se realizarán fotos con un marco de “Work Today EC” a manera de recuerdo, las mismas que serán publicadas en la fan page de “Work Today EC”.
- Entrega de calendarios publicitarios a los principales empleadores que busquen trabajadores de manera eventual.

Ventas Personales:

- Mediante un asesor de la empresa a los usuarios se les brindará consejos y se los asesorará en todos los aspectos que requieran al momento de buscar y publicar las solicitudes de empleo.

Relaciones Públicas:

- Se buscará establecer alianzas con grupos estratégicos para poder dar a conocer a esta herramienta informática como: empresas de guardianía, servicios generales, asociaciones de empleados, cámara de la pequeña y mediana industria, cámara de comercio, entre otros.
- También se intentará concretar alianzas estratégicas con empresas dedicadas al head hunting en la ciudad de Quito.
- Entrega de cartas de presentación personalizadas a los empleadores interesados en la aplicación.

Marketing Directo:

- Creación de una página web atractiva y dinámica en la cual se incluya la presentación del local y descripción de cada uno de los productos que comercializa, instructivos para la utilización y aplicación de los mismos con información clara y actualizada, además se incluirá un foro donde los clientes podrán realizar preguntas y brindar sugerencias.
- Incursión en la red social Facebook mediante la creación de un perfil del negocio, con el fin de captar nuevos grupos de clientes.
- Envío de tarjeta de felicitación el día de cumpleaños a los clientes que maneja el negocio vía correo electrónico, esto contribuirá a una mayor fidelización de los clientes y como medio de recordatorio.

- Campañas masivas de correos electrónicos, “mailing” mediante MailChimp.
- Campañas de mensajes de texto, SMS, personalizados a los usuarios.
- Activaciones de la marca mediante islas de recolección de información en las principales calles de Quito de los sectores norte, sur y centro de la ciudad, así como en las zonas del Valle de los Chillos y Cumbayá. Con la finalidad, de enviarles mediante correo electrónico todos los detalles del lanzamiento de la aplicación y su funcionalidad.
- Creación de una base de datos de clientes actuales y búsqueda de potenciales para realizar campañas vía correo electrónico, llamadas telefónicas y visitas a las obras las cuales permitan ofertar y dar a conocer los productos del local.

Presupuesto de promoción

El siguiente presupuesto de promoción se lo realiza considerando cotizaciones en algunas de las estrategias planteadas (Ver Anexo 6).

Tabla 16: Presupuesto promoción

ACTIVIDAD	TIEMPO												PRESUPUESTO	KPI
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
Difusión masiva de publicidad mediante redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$ 30,00	1K Visualizaciones
Elaboración y distribución de medios informativos: Flyres y dípticos (50)			X			X			X			X	\$ 85,00	Obtener 100 usuarios nuevos
Creación de un video publicitario y difusión mediante redes sociales	X					X						X	\$ 100,00	1K Visualizaciones
Plan de referidos mediante publicidad boca a boca	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$ 25,00	Obtener 100 usuarios referidos
Publicidad mediante Google AdWords	X					X						X		1K Visualizaciones
Novelties de la aplicación	X											X	\$ 100,00	100 empresas fidelizadas
Elaboración de calendarios publicitarios	X											X	\$ 50,00	Obtener 100 usuarios nuevos
Asesoría personalizada por parte de “Work Today EC”	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$ 500,00	Obtener 100 usuarios fidelizados
Búsqueda constante de alianzas estratégicas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$ -	Obtener 10 empresas aliadas
Creación de una página web atractiva y dinámica de la aplicación						X							\$ 450,00	1K de usuarios conectados
Creación de un perfil de Facebook para la aplicación						X							\$ -	1K de seguidores
Campañas de mailing y SMS				X				X				X	\$ 100,00	Llegar a 1K usuarios
Activaciones de marca mediante islas de recepción de información				X				X				X	\$ 100,00	Llegar a 1K usuarios

4 ANÁLISIS FINANCIERO

Para poder llevar a cabo un plan de marketing correcto y funcional, después de haber realizado la investigación de mercado y el desarrollo de las estrategias, es necesario establecer un buen análisis financiero para el emprendimiento naciente. Mediante su elaboración, se podrá detectar, medir e interpretar los datos financieros del progreso del emprendimiento comparando sus operaciones con los resultados esperados, es decir, con la finalidad de poder expresar los valores que se espera obtener como resultado del presente plan de marketing. Es necesario mencionar que el presente plan de marketing quedará planteado a nivel de propuesta.

Se podrá conocer sobre la capacidad de endeudamiento, la rentabilidad y la fortaleza o debilidad financiera del emprendimiento con el fin de obtener basto conocimiento del análisis de la situación.

El análisis financiero consiste en recopilar los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de cada uno y observar los cambios presentados por las distintas operaciones de la empresa (Gómez, 2017).

4.1 Inversión inicial

Para el cálculo de la inversión inicial del presente proyecto, se detallan todos los recursos necesarios para poder poner en marcha al negocio, de tal manera que se define que se necesitará un financiamiento externo de alrededor de \$12000 dólares, ya que se invertirá mediante recursos propios \$5000 dólares.

Tabla 17: Inversión Inicial

	Cant.	Costo	Total	Costo Total
Caja Chica		\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.070,00
Arriendos Prepagados	3	\$ 300,00	\$ 900,00	
Publicidad Prepagada	3	\$ 130,00	\$ 390,00	
Seguro prepagado	3	\$ 210,00	\$ 630,00	
Software	1	\$ 2.000,00		\$ 2.000,00
Equipos de Cómputo				\$ 1.800,00
Computadora Informática	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Computadoras Portátiles	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Impresora Multifunción	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Muebles de oficina				\$ 400,00
Escritorios	2	\$ 150,00	\$ 300,00	
Silla giratoria	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
Materiales de Oficina				\$ 73,00
Grapadora	2	\$ 2,00	\$ 4,00	
Perforadora	2	\$ 2,00	\$ 4,00	
Calculadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00	
Anaqueles - Archivadores	1	\$ 35,00	\$ 35,00	
Otros				\$ 3.500,00
Garantía Arriendo	2	\$ 150,00	\$ 300,00	
Gastos promoción			\$ 2.400,00	
Gastos Constitución			\$ 800,00	
Capital de trabajo				\$ 7.210,00
Costos y gastos de operación	3	\$ 2.403,33	\$ 7.210,00	
Total				\$ 17.053,00

Aporte de socios	
Nicole Izquierdo	\$ 5.000,00
Total de Capital Social	\$ 5.000,00

Financiamiento: \$ 12.053,00

4.1.1 Fuentes de Financiamiento

4.1.1.1 Tabla de Amortización de Préstamo Bancario

Debido a que es necesario solicitar un préstamo para la puesta en marcha del emprendimiento, a continuación, se detalla la tabla de amortización de dicho préstamo.

Tabla 18: Tabla de amortización

		CAPITAL	12.053,00	FECHA	Ene-18
		TASA	16,00%	CUOTA	(\$423,75)
		TIEMPO	36	meses	
	FECHA	PAGO DE CAPITAL	PAGO DE INTERÉS	CUOTA	SALDO DE CAPITAL
					12.053,00
36	Ene-18	-263,04	160,71	-423,75	11.789,96
35	Mar-18	-266,55	157,20	-423,75	11.523,41
34	Abr-18	-270,10	153,65	-423,75	11.253,31
33	May-18	-273,70	150,04	-423,75	10.979,60
32	May-18	-277,35	146,39	-423,75	10.702,25
31	Jun-18	-281,05	142,70	-423,75	10.421,20
30	Jul-18	-284,80	138,95	-423,75	10.136,40
29	Ago-18	-288,60	135,15	-423,75	9.847,81
28	Sept-18	-292,44	131,30	-423,75	9.555,36
27	Oct-18	-296,34	127,40	-423,75	9.259,02
26	Nov-18	-300,29	123,45	-423,75	8.958,73
25	Dic-18	-304,30	119,45	-423,75	8.654,43
24	Ene-19	-308,36	115,39	-423,75	8.346,07
23	Feb-19	-312,47	111,28	-423,75	8.033,61
22	Mar-19	-316,63	107,11	-423,75	7.716,97
21	Abr-19	-320,85	102,89	-423,75	7.396,12
20	May-19	-325,13	98,61	-423,75	7.070,99
19	Jun-19	-329,47	94,28	-423,75	6.741,52
18	Jul-19	-333,86	89,89	-423,75	6.407,66
17	Ago-19	-338,31	85,44	-423,75	6.069,34
16	Sept-19	-342,82	80,92	-423,75	5.726,52
15	Oct-19	-347,39	76,35	-423,75	5.379,13
14	Nov-19	-352,03	71,72	-423,75	5.027,10
13	Dic-19	-356,72	67,03	-423,75	4.670,38
12	Ene-20	-361,48	62,27	-423,75	4.308,91
11	Feb-20	-366,30	57,45	-423,75	3.942,61
10	Mar-20	-371,18	52,57	-423,75	3.571,43
9	Abr-20	-376,13	47,62	-423,75	3.195,30
8	May-20	-381,14	42,60	-423,75	2.814,16
7	Jun-20	-386,23	37,52	-423,75	2.427,93
6	Jul-20	-391,38	32,37	-423,75	2.036,56
5	Ago-20	-396,59	27,15	-423,75	1.639,96
4	Sept-20	-401,88	21,87	-423,75	1.238,08
3	Oct-20	-407,24	16,51	-423,75	830,84
2	Nov-20	-412,67	11,08	-423,75	418,17
1	Dic-20	-418,17	5,58	-423,75	0,00

4.2 Proyección de costos y gastos

Inicialmente se detallarán los costos y gastos en los que el presente emprendimiento incurrirá, de manera mensual y anual para la ejecución de sus actividades en un plazo de 5 años. Proyectando que se tendrá incrementos del 2,16% en cada año de acuerdo a la inflación de precios.

Tabla 19: Porcentaje promedio de Inflación de Precios

Inflacion 2013	2,70%
Inflacion 2014	3,67%
Inflacion 2015	3,38%
Inflacion 2016	1,12%
Inflacion 2017	-0,09%
TASA INCREMENTO	2,16%

Fuente: Informe Inflación – INEC

Tabla 20: Proyección de Costos y gastos 2018

400			2018	2019	2020	2021	2022
Costo	Cantidad	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Materia Prima (Software)	1	33,33	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Mano de Obra (Informática)	1	500,00	6000,00	7296,00	8871,94	10788,27	13118,54
Total Costos		533,33	6400,00	7696,00	9271,94	11188,27	13518,54

			2018	2019	2020	2021	2022
Gastos	Cantidad	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Sueldos Administrativos	2	500,00	12000,00	14592,00	17743,87	21576,55	26237,08
Servicios Básicos							
Luz		25,00	300,00	364,80	443,60	539,41	655,93
Agua		10,00	120,00	145,92	177,44	215,77	262,37
Teléfono		25,00	300,00	364,80	443,60	539,41	655,93
Internet		40,00	480,00	583,68	709,75	863,06	1049,48
Gasto Publicidad		125,00	1500,00	1824,00	2217,98	2697,07	3279,64
Gasto Distribución		400,00	4800,00	5836,80	7097,55	8630,62	10494,83
Gasto Producción		125,00	1500,00	1824,00	2217,98	2697,07	3279,64
Seguro para la información		120,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00
Arriendo		300,00	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
Gasto Mantenimiento Aplicación		200,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
Total Gastos		1870,00	28440,00	32976,00	38491,78	45198,96	53354,89

Total de Costos y Gastos	2403	34840	40672	47764	56387	66873
---------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

4.3 Proyección de ingresos

Se realiza una proyección de ingresos dentro de un largo plazo, es decir, 5 años. Proyectando que los ingresos subirán con una expectativa esperada de un 33% cada año, de acuerdo al porcentaje de crecimiento obtenido de los Ingresos de aplicaciones móviles en todo el mundo de 2011 a 2017. En el siguiente cuadro se detallan las diversas maneras en las cuales se pretende generar réditos para el desarrollo, soporte y mantenimiento de la aplicación móvil. Siendo las siguientes:

- Comisión
- Suscripción a usuarios
- Membresía a empresas

Tabla 21: Porcentaje de crecimiento de los Ingresos de aplicaciones móviles en todo el mundo de 2011 a 2017

2013	2014	2015	2016	2017	2018
18,56	26,68	34,99	45,37	58,21	76,52
123%	44%	31%	30%	28%	31%
				PROMEDIO 5 AÑOS	33%

Fuente: App Statistics Report – Soko Media

Tabla 22: Proyección Ingresos Anual 2018

				2018	2019	2020	2021	2022
	Precio de Venta Unitario	Cantidad	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Comisión	\$ 2	80	\$ 160	\$ 1.920	\$ 2.496	\$ 3.245	\$ 4.218	\$ 5.484
Suscripción anual	\$ 26	25	\$ 642	\$ 7.704	\$ 10.015	\$ 13.019	\$ 16.925	\$ 22.003
Suscripción semestral	\$ 13	50	\$ 642	\$ 7.704	\$ 10.015	\$ 13.019	\$ 16.925	\$ 22.003
Suscripción mensual	\$ 2,57	150	\$ 385	\$ 4.622	\$ 6.009	\$ 7.812	\$ 10.155	\$ 13.202
Membresía anual	\$ 39	25	\$ 963	\$ 11.556	\$ 15.022	\$ 19.529	\$ 25.388	\$ 33.004
Membresía semestral	\$ 19	35	\$ 674	\$ 8.089	\$ 10.516	\$ 13.670	\$ 17.771	\$ 23.103
Membresía mensual	\$ 3,85	40	\$ 154	\$ 1.849	\$ 2.404	\$ 3.125	\$ 4.062	\$ 5.281
Total Ingresos		405	\$ 3.620	\$ 43.443	\$ 56.476	\$ 73.419	\$ 95.444	\$ 124.077

4.4 Fijación de precios

Para poder establecer los precios a los que se debería cobrar el emprendimiento con referencia a los costos fijos y gastos incurridos, se deduce que para que exista un precio mínimo con el que se cubran dichos rubros, se estableció de la siguiente manera:

Tabla 23: Fijación de precios

Costos Fijos		
Materia Prima (Software)	33,33	400,00
Mano de Obra (Informática)	500,00	6000,00
Internet	40,00	480,00
Seguro para la información	120,00	1440,00
TOTAL COSTOS	693,33	8320,00
Gastos		
Sueldos Administrativos	1000,00	
Servicios Básicos		
Luz	25,00	
Agua	10,00	
Teléfono	25,00	
Publicidad	200,00	
Arriendo	300,00	
Gasto Mantenimiento App	20,00	
TOTAL GASTOS	1580,00	

1,71	Costo de venta unitario	→ Total Costos / Cantidad de Ingresos
2,57	Precio de venta	TRABAJADOR
3,85	Precio de venta	EMPLEADOR

→ CVU * 1,5 (50% de rentabilidad)

PRECIO DE VENTA	
Suscripción anual	\$ 26
Suscripción semestral	\$ 13
Suscripción mensual	\$ 2,57
Membresía anual	\$ 39
Membresía semestral	\$ 19
Membresía mensual	\$ 3,85

4.5 Estado de situación financiera inicial de la empresa

O también conocido como balance es un estado financiero que muestra el valor contable de una empresa en una fecha particular. Es un medio conveniente de organizar y resumir lo que posee una empresa (sus activos), lo que adeuda (sus pasivos) y la diferencia entre los dos (el capital de la empresa) en un punto determinado del tiempo (Ross, Westerfield, & Jordan, Fundamentos de Finanzas Corporativas, 2010).

Tabla 24: Estado de Situación Inicial

<p style="text-align: center;">“WORK TODAY EC” ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2018</p>			
1.	ACTIVOS		
1.1.	CORRIENTES		\$ 12.780,00
1.1.1.	Caja Chica	150,00	
1.1.2.	Bancos	4.950,00	
1.1.3.	Banco del Pichincha	4.950,00	
1.1.4.	Arriendos Prepagados	3.600,00	
1.1.5.	Publicidad Prepagada	1.560,00	
1.1.6.	Seguro prepagado	2.520,00	
1.2.	ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 4.273,00
1.2.1.	Software	2.000,00	
1.2.2.	Muebles y Enseres	400,00	
1.2.3.	Equipos de Oficina	73,00	
1.2.4.	Equipos de Computación	1.800,00	
	TOTAL ACTIVOS		\$ 17.053,00
2.	PASIVOS		
2.1.	PASIVOS CORRIENTES (CORTO PLAZO)		\$ 0,00
2.1.1.	Préstamo por Pagar	0,00	
2.2.	PASIVOS NO CORRIENTES (LARGO PLAZO)		\$ 12.053,00
2.2.1.	Préstamo por Pagar	12.053,00	
	TOTAL PASIVOS		\$ 12.053,00
3.	PATRIMONIO		5.000,00
3.1.	Capital Social	5.000,00	
	PASIVO + PATRIMONIO		\$ 17.053,00

f) _____
GERENTE

f) _____
CONTADOR

4.6 Estado de resultado integral de la empresa proyectado

El estado de resultados es también un estado financiero el cual se encarga de medir el desempeño durante cierto período de tiempo, que puede ser trimestral o anual. La ecuación del estado de resultados es: Ingresos – Gastos = Utilidad.

Tabla 25: Estado de Resultados Integral

“WORK TODAY EC”		
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL		
DEL 01/ENE/2018 AL 31/DIC/2018		
INGRESOS		\$ 43.442,96
Ingresos por Servicios	43.442,96	
Comisión	1920	
Suscripción anual	7704	
Suscripción semestral	7704	
Suscripción mensual	4622	
Membresía anual	11556	
Membresía semestral	8089	
Membresía mensual	1849	
COSTOS Y GASTOS		\$ 37.967,70
Costos	8.320,00	
Costo de Ventas	8.320,00	
Gastos Administrativos	20.161,30	
Sueldos Administrativos	12.000,00	
Servicios Básicos	720,00	
Arriendos	3.600,00	
Gastos Constitución	800,00	
Mantenimiento	2.400,00	
Mantenimiento Aplicación	2.400,00	
Depreciación	641,30	
Depreciación Muebles y Enseres	40,00	
Depreciación Equipos de Oficina	7,30	
Depreciación de Equipos de Computación	594,00	
Gastos de Ventas	7.800,00	
Gasto Publicidad	\$4.800,00	
Gasto Distribución	\$1.500,00	
Gasto Producción	\$1.500,00	
Gastos Financieros	1.686,40	
Intereses Pagados	1.686,40	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 5.475,26
15% trabajadores		\$ 821,29
22% impuesto renta		\$ 1.204,56
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 3.449,42

GERENTE

f)

CONTADOR

4.7 Flujo de caja proyectado

Conociendo que en el flujo de caja se dan a conocer las entradas y salidas de dinero de un proyecto. Se presentan los ingresos y gastos de “Work Today EC” con la finalidad de proyectar sus flujos después de 5 años. Para poder determinar los demás indicadores financieros que serán detallados a continuación.

Tabla 26: Flujo de caja proyectado

WORK TODAY EC										
FLUJO DE CAJA PROYECTADO										
PERIODO: ANUAL 2018										
		2018		2019		2020		2021		2022
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN										
INGRESOS										
INGRESOS POR SERVICIOS	\$	43.442,96		\$ 56.475,85		\$ 73.418,61		\$ 95.444,19		\$ 124.077,45
Comisión	\$	1.920,00	\$ 2.496,00		\$ 3.244,80		\$ 4.218,24		\$ 5.483,71	
Suscripción	\$	7.703,70	\$ 10.014,81		\$ 13.019,26		\$ 16.925,04		\$ 22.002,55	
Suscripción	\$	7.703,70	\$ 10.014,81		\$ 13.019,26		\$ 16.925,04		\$ 22.002,55	
Suscripción	\$	4.622,22	\$ 6.008,89		\$ 7.811,56		\$ 10.155,02		\$ 13.201,53	
Membresía	\$	11.555,56	\$ 15.022,22		\$ 19.528,89		\$ 25.387,56		\$ 33.003,82	
Membresía	\$	8.088,89	\$ 10.515,56		\$ 13.670,22		\$ 17.771,29		\$ 23.102,68	
Membresía	\$	1.848,89	\$ 2.403,56		\$ 3.124,62		\$ 4.062,01		\$ 5.280,61	
TOTAL INGRESOS	\$	43.442,96		\$ 56.475,85		\$ 73.418,61		\$ 95.444,19		\$ 124.077,45
EGRESOS										
COSTO DE VENTAS	\$	8.320,00		\$ 9.719,68		\$ 19.253,63		\$ 19.406,93		\$ 19.593,36
Materia Prima	\$	400,00	\$ 400,00		\$ 400,00		\$ 400,00		\$ 400,00	
Mano de Obra	\$	6.000,00	\$ 7.296,00		\$ 8.871,94		\$ 8.871,94		\$ 8.871,94	
Internet	\$	480,00	\$ 583,68		\$ 709,75		\$ 863,06		\$ 1.049,48	
Seguro para	\$	1.440,00	\$ 1.440,00		\$ 9.271,94		\$ 9.271,94		\$ 9.271,94	
GASTOS	\$	18.720,00		\$ 21.467,52		\$ 24.808,50		\$ 28.871,14		\$ 33.811,31
Sueldos Administrativos	\$	12.000,00	\$ 14.592,00		\$ 17.743,87		\$ 21.576,55		\$ 26.237,08	
Servicios Básicos	\$	720,00	\$ 875,52		\$ 1.064,63		\$ 1.294,59		\$ 1.574,22	
Arriendo	\$	3.600,00	\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00	
Gasto Mantenimiento	\$	2.400,00	\$ 2.400,00		\$ 2.400,00		\$ 2.400,00		\$ 2.400,00	
GASTOS MK MIX	\$	7.800,00		\$ 7.968,48		\$ 8.140,60		\$ 8.316,44		\$ 8.496,07
Producto	\$	1.500,00	\$ 1.532,40		\$ 1.565,50		\$ 1.599,31		\$ 1.633,86	
Plaza	\$	4.800,00	\$ 4.903,68		\$ 5.009,60		\$ 5.117,81		\$ 5.228,35	
Promoción	\$	1.500,00	\$ 1.532,40		\$ 1.565,50		\$ 1.599,31		\$ 1.633,86	
Precio	-									
TOTAL EGRESOS	\$	34.840,00		\$ 39.155,68		\$ 52.202,73		\$ 56.594,51		\$ 61.900,73
FLUJO NETO DE CAJA	\$	8.602,96		\$ 17.320,17		\$ 21.215,88		\$ 38.849,68		\$ 62.176,71
15% part. Trabajadores	\$	1.290,44		\$ 2.598,03		\$ 3.182,38		\$ 5.827,45		\$ 9.326,51
Utilidad antes de impuestos	\$	7.312,52		\$ 14.722,15		\$ 18.033,50		\$ 33.022,23		\$ 52.850,21
22% Imp. Renta	\$	1.608,75		\$ 3.238,87		\$ 3.967,37		\$ 7.264,89		\$ 11.627,05
Utilidad Neta	\$	5.703,76		\$ 11.483,27		\$ 14.066,13		\$ 25.757,34		\$ 41.223,16

4.8 Indicadores financieros

Se darán a conocer algunos indicadores financieros con el objetivo de examinar los resultados arrojados de las proyecciones y presupuestos del presente proyecto, con el propósito de analizar las tendencias que tendrá el emprendimiento y poder brindar mejoras y efectivas soluciones en el desarrollo del mismo.

4.8.1 WACC

También llamado costo de capital promedio ponderado (WACC) es la tasa de descuento utilizada para descontar los flujos de caja futuros al momento de valorar un proyecto de inversión.

Se obtiene una tasa de rendimiento del 13,07% para el proyecto, determinando una tasa rentable frente al costo de la inversión independientemente de las fuentes de financiamiento para poder determinar una tasa de rendimiento superior buena que genere valor agregado para los accionistas.

Tabla 27: Cálculo WACC

	WACC				
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 12.053,00	\$ 0,71	0,16	0,102	0,072093239
RR. PROPIOS	5000	\$ 0,29	0,2	0,2	0,058640708
INVERSIÓN INICIAL	\$ 17.053,00				13,07%

4.8.2 VAN

Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial (Anzil, 2018). El VAN del presente proyecto es de \$44760,52, al ser un VAN positivo se puede deducir que el proyecto es rentable.

Tabla 28: Cálculo VAN y TIR

		13,07%
	FLUJOS	FLUJOS ACUMULADOS
Inicial	\$ -17.053,00	
Año 1	\$ 5.703,76	\$ 5.703,76
Año 2	\$ 11.483,27	\$ 17.187,04
Año 3	\$ 14.066,13	\$ 31.253,16
Año 4	\$ 25.757,34	\$ 57.010,50
Año 5	\$ 41.223,16	\$ 98.233,66
	VAN	\$ 44.760,52
	TIR	67%

4.8.3 TIR

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión es el rendimiento requerido que produce un VPN de cero cuando se usa como tasa de descuento. (Ross, Westerfield, & Jordan, Fundamentos de Finanzas Corporativas, 2010). En el caso del proyecto mediante el cálculo apropiado de la TIR resulta viable al ser una tasa positiva para los inversionistas del 67%, debido a que el proyecto no tiene costos variables fijos y se tiene casi cero recursos humanos y alto incremento de ingresos.

4.8.4 ROI

El retorno sobre la inversión es una medida utilizada para evaluar la eficiencia de una inversión. Se lo obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$ROI = \frac{EBIAT}{Inversión\ Total} = \frac{5475,26}{17053,00} = 32\%$$

Al obtener un ROI positivo, se puede concluir que la inversión en el presente plan de marketing es efectiva, interpretando dicho resultado de la siguiente manera: con cada dólar que la empresa tiene de capital o de inversión total se producen \$0,32 de utilidad neta en el año corriente, evidenciando y afirmando de esta manera que existe rentabilidad sobre la inversión de este proyecto.

4.8.5 Recuperación de la inversión

El cálculo para la recuperación de la inversión es muy importante debido a que con esta información podemos presentar el proyecto frente a un accionista o inversionista interesados en el proyecto.

Se obtiene que al cabo de alrededor de casi 2 años se podrá recuperar la inversión realizada para llevar a cabo el proyecto.

Tabla 29: Cálculo de recuperación de la inversión

	FLUJOS	FLUJOS ACUMULADOS
Inicial	\$ -17.053,00	
Año 1	\$ 5.703,76	\$ 5.703,76
Año 2	\$ 11.483,27	\$ 17.187,04
Año 3	\$ 14.066,13	\$ 31.253,16
Año 4	\$ 25.757,34	\$ 57.010,50
Año 5	\$ 41.223,16	\$ 98.233,66
	Inversion	\$ 17.053,00
	Ultimo flujo	\$ 14.066,13
	Recuperado	\$ 134,04
	PR: años	\$ 0,01
		PR = 2 + 0,01 = 2,01 años

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En los últimos años en el Ecuador se ha sentido gran apoyo por parte del gobierno actual, así como del gobierno pasado mediante grandes iniciativas hacia los emprendimientos como las diferentes instituciones del estado que aportan con créditos a los emprendedores y centros de capacitación hacia personas que ya poseen negocios; todas estas actividades han sido un pilar primordial en la economía del país debido al crecimiento y dinamismo de dicha iniciativa.
- El constante crecimiento de la tecnología y el gran desarrollo del mercado digital, hace necesario que todos los negocios tradicionales incursionen en el mundo digital para poder generar más ingresos ya sea con la creación de una página web o página de publicidad en redes sociales, así como la creación de aplicaciones móviles, motivo por el cuál es preciso para los emprendimientos del Ecuador ir de la mano la tecnología.
- Mediante la investigación de mercados se pudo evidenciar que la aplicación móvil tendrá una buena acogida al momento de ser lanzada, por esta razón con el presente plan de marketing se espera conseguir un mayor reconocimiento del negocio mediante un servicio personalizado al momento de publicitarla, con la finalidad de ganar un mayor número de clientes.
- De acuerdo al estudio realizado mediante el levantamiento de información a diferentes personas del Distrito Metropolitano de Quito se logra identificar que existe un número elevado de personas desempleadas que estarían interesadas en una oferta de trabajo de manera eventual por horas, y también se logra identificar que existen varias personas que necesitan nuevas plazas de trabajo independientemente la modalidad de contrato.

- Una adecuada campaña de medios eficaz logrará dar a conocer a varios usuarios esta nueva aplicación móvil la cual se espera llegará a ser la principal solución del desempleo en el Ecuador, por lo que el presente plan de marketing contribuirá al logro de los diferentes objetivos de este emprendimiento mediante las estrategias planteadas durante la investigación.
- Mediante las diferentes estrategias de promoción de la aplicación detalladas en el presente plan de marketing se espera lograr un correcto reconocimiento y posicionamiento con la finalidad de obtener un crecimiento considerable del negocio con la captación de clientes en las zonas del Sur, Norte, y Valles del DMQ las cuales constituyen mercados potenciales.
- El desarrollo del presente plan de marketing será implementado parcialmente al inicio de las operaciones del proyecto motivo por el cual empezará a mostrar resultados alentadores parcialmente a partir del segundo año, en cuanto al crecimiento del proyecto se estima que será moderado mediante un adecuado posicionamiento.
- De acuerdo al análisis financiero desarrollado se concluye que el presente plan de marketing posee ciertas características que logran hacerlo factible, rentable y eficaz, por lo que se debe considerar la implementación del mismo a corto o plazo para la pronta obtención de resultados.

5.2 Recomendaciones

- Se deberán aprovechar las diferentes iniciativas del gobierno ya que facilitarían la inserción del proyecto al mercado actual de la ciudad de Quito; sería factible inscribirse y asistir a las capacitaciones que brinda el estado con la finalidad de adquirir más conocimientos y conocer más experiencias de emprendedores del país.
- “Work Today EC” debe tomar en cuenta que sus competidores mantienen un giro de negocios similar, por tal razón para que el negocio obtenga ventaja y sea reconocido debe brindar diferenciación en el servicio al momento de la conexión con

el empleador y trabajador, mediante una atención personalizada y seguridades necesarias logrando que los usuarios se sientan cómodos con la aplicación.

- La actualización del sistema del negocio de “Work Today EC” debe ser adecuada de acuerdo a las necesidades de los clientes, mediante los constantes requerimientos diarios de los usuarios y mejora de relaciones. Al llevar a cabo todas las estrategias se deberá fortalecer el vínculo con los futuros usuarios de la aplicación, para que cada una de las personas que la descargarán sientan que ya son parte del negocio, para poder conocer las necesidades de cada uno e interactuar permanentemente.
- Se recomienda la elaboración de constantes reportes diarios, semanales y mensuales que recopilen información de los usuarios con la finalidad de encaminar un correcto desarrollo del negocio mediante el establecimiento de estrategias y las acciones que deberán llevarse a cabo para la consecución de las mismas.
- Se recomienda establecer alianzas estratégicas con diferentes empresas relacionadas a la industria de caza talentos, así como empresas que concentren mano de obra como, por ejemplo: seguridad, servicios generales, limpieza, atención al cliente, entre otras. Con la finalidad de darnos a conocer y llegar a un mayor número de usuarios que descarguen la aplicación.
- Se recomienda la contratación de un ejecutivo de ventas el cual pueda asesorar y guiar a las personas que necesiten información o ayuda acerca del funcionamiento de la aplicación. Además, permita captar un mayor número de usuarios, maneje las redes sociales y publicidad de la aplicación, además de que se encargue de dar un seguimiento adecuado a los usuarios para medir el nivel de satisfacción de los mismos.
- Cuando el presente plan de marketing sea implementado se deberá dar un seguimiento adecuado, al mismo tiempo que se deberá fortalecer la aplicación del mismo con la finalidad de buscar la mejora continua y desarrollar el crecimiento del negocio mediante nuevas estrategias de promoción para generar cada vez más

usuarios en la plataforma y de esta manera lograr conseguir el objetivo de ser la solución al desempleo.

- Se recomienda que el presente plan de marketing sea financiado mediante recursos propios, con la finalidad de disminuir el riesgo de inversión debido al costo elevado del dinero en el mercado financiero además de los interés y deudas que se incurrirían al solicitar un préstamo a terceros.

REFERENCIAS

1. Aditec. (2014). *Aditec*. Obtenido de Aditec Calidad que construye confianza: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_vhWxAMivSsJ:www.aditec-ec.com/+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
2. Andes. (7 de Febrero de 2017). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/acceso-universidad-publica-subio-28-39-diez-anos-gracias-meritocracia.html>
3. Android Developers Blog. (17 de mayo de 2017). *The latest Android and Google Play news for app and game developers*. Obtenido de <https://android-developers.googleblog.com/2017/05/whats-new-in-google-play-at-io-2017.html>
4. Angulo, S. (10 de Julio de 2017). Inflación del país, la más baja de la región. *Diario EL COMERCIO*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/inflacion-cifras-ecuador-chile-brasil.html>
5. Anzil, F. (1 de Febrero de 2018). *Zona Económica*. Obtenido de Métodos de Análisis de Inversiones: <https://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>
6. Apple Developer Program. (s.f.). *Program Membership Details*. Obtenido de <https://developer.apple.com/programs/whats-included/>
7. Apple Inc. . (19 de Diciembre de 2017). *Apple Inc.* Obtenido de <https://www.apple.com/es/swift/>
8. Apple Inc. (19 de Diciembre de 2017). *Developer Apple*. Obtenido de <https://developer.apple.com/support/compare-memberships/>
9. Artesanum. (2014). *Definición de pintura acrílica: artesanum hecho con amor*. Obtenido de Artesanum hecho con amor: http://www.artesanum.com/definicion-pintura_acrilica-617.html
10. Banco Central del Ecuador. (s.f.). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/pregun1.php>
11. Banco Central del Ecuador. (4 de Julio de 2017). *Contenido BCE*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
12. Banco Central del Ecuador. (enero de 2017). *Tasas de Interés*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes012017.htm>

13. BCE. (2017). *Estadísticas Macroeconómicas Presentación Estructural*. Quito.
14. Borda, M., Tuesta, R., & Navarro, E. (2009). *Métodos Cuantitativos Herramientas para la investigación en salud*. Santafé de Bogotá: Javegraf.
15. Celag. (2016). *Informe político pre-electoral en Ecuador*.
16. Danosa. (2014). *Láminas de PVC: danosa*. Obtenido de danosa: <http://portal.danosa.com/danosa/CMSServlet?node=F114P&>
17. Dirección de Comunicación. (s.f.). *Secretaría Nacional de Planificación (Senplades)*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/inec-y-senplades-presentan-directorio-de-empresas/>
18. Dominguez, A. (2010). *Métricas del Marketing*. Esic Editorial.
19. ECUAROOFING. (2014). *Quiénes Somos: ECUAROOFING Impermeabilización*. Obtenido de ECUAROOFING Impermeabilización: <http://www.ecuaroofting.com/index.php/empresa/quienes-somos>
20. El Comercio, R. N. (10 de Septiembre de 2016). Nueva proyección del FMI sobre crecimiento de Ecuador: -2,3%. *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/proyeccion-fmi-crecimiento-ecuador-economia.html>
21. El Telégrafo. (20 de Noviembre de 2016). CELAG analiza panorama político preelectoral en Ecuador. *El Telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politico-2017/49/celag-presenta-su-informe-pre-electoral-para-las-proximas-elecciones>
22. El Universo. (30 de Abril de 2017). En Ecuador se dificulta sostener una iniciativa de emprendimiento.
23. *Empresa: acimco Sistemas Constructivos Modernos*. (2014). Obtenido de acimco Sistemas Constructivos Modernos: <http://www.acimco.com/empresa/>
24. Financiera, N. (2014). *Otros Factores Externos: SME Toolkit Herramientas PYME*. Obtenido de SME Toolkit: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3532/Otros-factores-externos>
25. Flores, I. H. (2014). Construcción: generadora de bienestar y riqueza. *Construcción*, 10-12.
26. Foros Ecuador. (s.f.). *Foros Ecuador.ec*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/513-c%C3%B3digo-de-trabajo-de-ecuador>

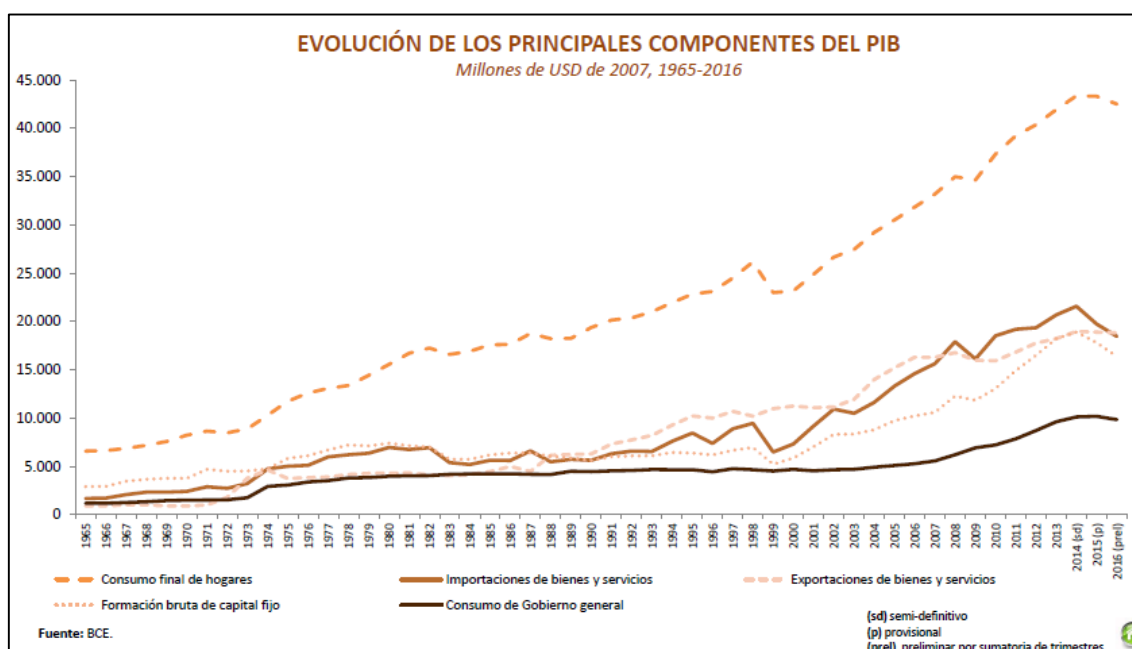
27. Gallardo Hernández , J. R. (2012). *Administración estratégica: DE LA VISIÓN A LA EJECUCIÓN*. México D. F.: Alfaomega.
28. Gómez, G. (Noviembre de 2017). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/analisis-vertical-y-horizontal-de-los-estados-financieros/>
29. Google. (19 de Diciembre de 2017). *Google Play*. Obtenido de <https://play.google.com/apps/publish/signup/>
30. Granda, C., & Feijoó, E. (2016). *Reporte de Economía Laboral*.
31. Hill, C. W., & Jones, G. R. (2009). *Administración Estratégica*. México: McGraw-Hill.
32. Hurtado, D. (2008). *Principios de Administración*. Colombia: Instituto Tecnológico Metropolitano.
33. Imptek. (2014). *Impermeabilización: Imptek Impermeabilización total*. Obtenido de Imptek Impermeabilización total: <http://www.imptek.com/index.php/catalogos/impermeabilizacion>
34. INEC. (2016). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*.
35. INEC. (20 de Junio de 2017). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-cifras-del-mercado-laboral-de-septiembre-2016/>
36. INEC. (2017). *Inflación Mensual*. Quito: Dirección de Estadísticas Económicas.
37. INEC. (s.f.). *Población y Demografía*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
38. Instituto Nacional de Contratación Pública. (s.f.). Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Ley-org%C3%A1nica-del-sistema-nacional-de-contrataci%C3%B3n-p%C3%BAblica..pdf>
39. Jácome, S. (2010). *Impermeabilización Descarga de Manuales*. Obtenido de Imptek Impermeabilización total: <http://www.imptek.com/index.php/soluciones-rapidas/view/form>
40. Jones, G., & George, J. (2010). *Administración Contemporánea*. México: McGraw-Hill.
41. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

42. Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
43. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
44. Kume, A. (2012). *El análisis costo beneficio*. Obtenido de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
45. Lambin, J.-J., Gallucci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing gestión estratégica y operativa del mercado*. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
46. LAMINTECH. (2014). *Quienes Somos: LAMINTECH*. Obtenido de LAMINTECH Láminas Techos Revestimientos: <http://www.laminasytechos.com/quienes>
47. López, B., Mas, M., & Viscarri, J. (2008). *Los pilares del marketing*. Barcelona: Ediciones UPC.
48. Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
49. Marketing MO. (s.f.). *Return on Investment – ROI – Formula and Use*. Obtenido de <http://www.marketingmo.com/campaigns-execution/how-to-calculate-roi-return-on-investment/>
50. Metro Ecuador. (15 de Agosto de 2016). 2,8 millones de ecuatorianos usa las redes sociales. *Metro Ecuador*. Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilodevida/2016/08/16/28-millones-ecuatorianos-redes-sociales.html>
51. Naveda, V. (2013). *Estimaciones para el sector inmobiliario: Clave*. Obtenido de Clave: http://www.clave.com.ec/1062-Estimaciones_para_el_Mercado_Inmobiliario___Ecuador_Colombia_y_Per%C3%BA.html
52. *Nosotros: TPC Tecnologías y Productos para la Construcción*. (2014). Obtenido de TPC Tecnologías y Productos para la Construcción: <http://www.tpcecuador.com.ec/web/index.php/nosotros>
53. Oracle Corporation. (19 de Diciembre de 2012). *Java*. Obtenido de https://www.java.com/es/download/faq/java_mobile.xml
54. Ortiz, G. (2011). *Determinación del punto de equilibrio financiero*. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/canales/financiera/articulos/30/epe.htm>

55. Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva*. Madrid: Ediciones Pirámide.
56. *Quiénes Somos: Imptek Impermeabilización total*. (2014). Obtenido de Imptek Impermeabilización total: <http://www.imptek.com/index.php/mision-y-vision>
57. *Quiénes somos: Kywi Supercentro Ferretero*. (2014). Obtenido de Kywi Supercentro Ferretero: <http://www.kywi.com.ec/qui%C3%A9nes-somos>
58. Rodríguez, J. (2004). *El modelo de gestión de recursos humanos*. Barcelona: Editorial UOC.
59. Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
60. Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: The McGraw-Hill Companies, Inc.
61. S.f. (s.f.). *Gkillcity*. Obtenido de <http://gkillcity.com/ficheros/lenin-moreno-candidato-alianza-pais/que-propone-el-candidato-lenin-moreno>
62. Sampieri, R., Carlos, F., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Mc GRAW-HILL.
63. Samuelson Nordhaus, P. (2005). *Economía*. México: McGraw-Hill .
64. Sika. (2014). *Quiénes somos: Sika*. Obtenido de Sika Construyendo Confianza: <http://ecu.sika.com/es/group/Aboutus/SikaProfile/VisionandMission.html>
65. Suárez, M., & Tapia, F. (2012). *Interaprendizaje de estadística básica*. Ibarra: UTN.
66. Superintendencia de Bancos del Ecuador. (s.f.). *Superintendencia de Bancos del Ecuador*. Obtenido de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2
67. Vintimilla Crespo, D. (s.f.). Obtenido de <http://cdjbv.ucuenca.edu.ec/ebooks/te4119.pdf>
68. Zeas, S. (2014). *El antes y después de Rafael Correa*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/politica/y-despues-de-rafael-correa.html>

ANEXOS

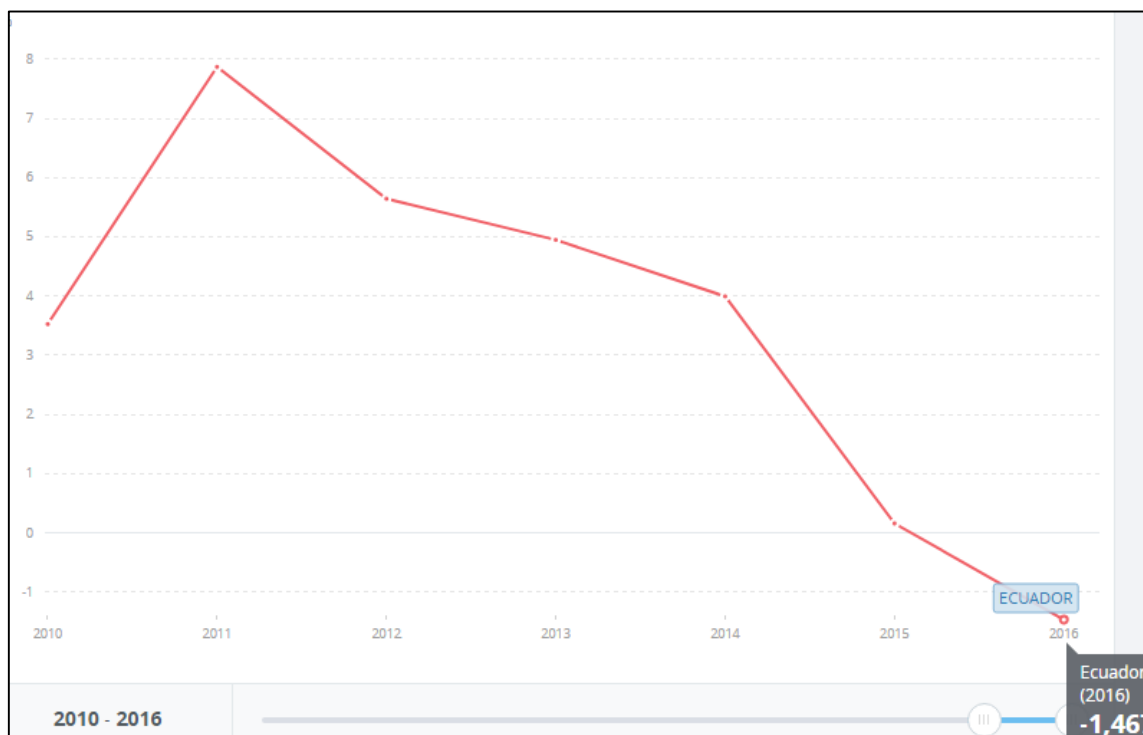
Anexo 1: Evolución de los Principales Componentes del PIB



Fuente: Estadísticas Macroeconómicas Presentación Estructural.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

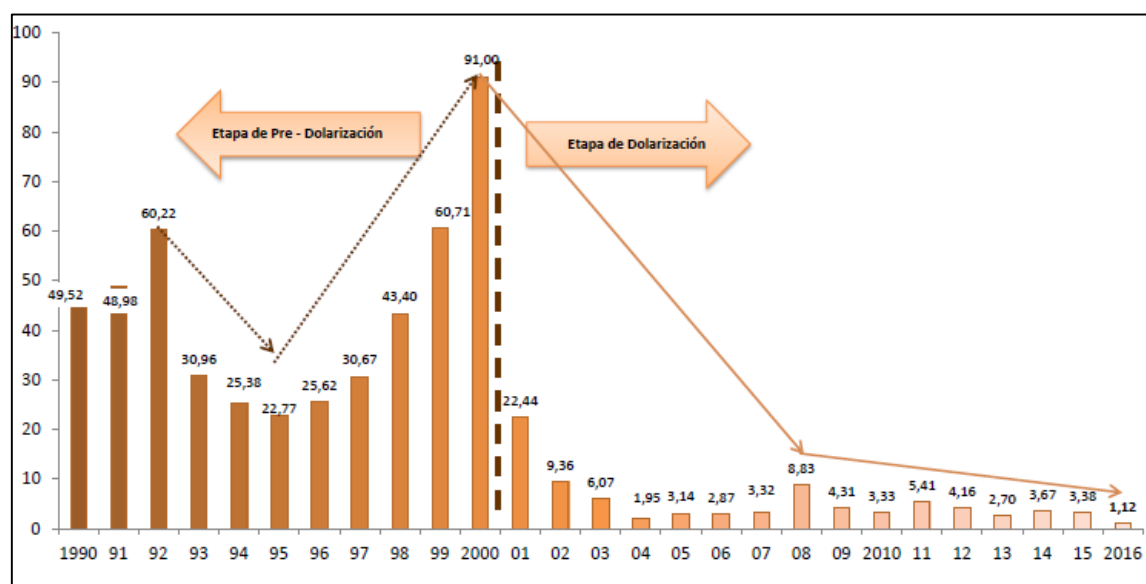
Anexo 2: Evolución del Producto Interno Bruto – PIB 2010-2016



Fuente: Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE.

Elaborado por: Grupo Banco Mundial

Anexo 3: Inflación Urbana – 1990-2016, Porcentajes



Fuente: INEC

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Anexo 4: Encuesta para empresas

El propósito de esta encuesta es recabar información sobre las diferentes organizaciones que eventualmente requieran profesionales por horas ante cualquier contratiempo.

Número de empleados: *

1-9	100-199
10-49	200 en adelante
50-99	

Lugar de localización de la empresa: *

Quito Norte	Valles – Cumbayá –
Quito Centro	Tumbaco – Puembo
Quito Sur	Ciudades periféricas
Valle de los Chillos	Otro:

¿En qué sector de la industria se encuentra su empresa? *

Manufacturero	Alimenticio (alimentos y
Textil	bebidas)
Maderero	Servicios
Metalmecánico	Gráfico
	Educativo

¿Con qué frecuencia su personal se ausenta al trabajo sin previo

aviso? *

Una vez a la semana	Varias veces al mes
Varias veces a la semana	Rara vez
Una vez al mes	Nunca

¿Cuál es la forma en que resuelven este problema de inasistencia? *

Busca un Reemplazo	Lo pasa por alto
Busca un Back up - Apoyo por un colega	Descuento vía rol

¿Le gustaría tener una aplicación móvil para buscar personal temporal de inmediato? *

Sí	No
----	----

¿Cómo le gustaría ingresar sus requerimientos?

Personalmente en una plataforma virtual en línea	Ejecutivo de cuentas lo haga por usted
Ejecutivo de cuentas lo asesore	Other:

¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel operativo que cubre una inasistencia de su personal? *

\$1,50 - \$5,00	\$15,50 - \$20,00
\$5,50 - \$10,00	Más de \$20
\$10,50 - \$15,00	

¿Cuánto pagaría por hora al día, a un trabajador de nivel administrativo que cubre una inasistencia de su personal? *

Escoja:

\$1,50 - \$5,00

\$15,50 - \$20,00

\$5,50 - \$10,00

Más de \$20

\$10,50 - \$15,00

¿Qué otra clase de profesionales usted estaría dispuesto a contratar fuera del eje de su negocio?

¿Qué información le gustaría que conste en la aplicación sobre el personal temporal? *

Hoja de vida actualizada

Todas las anteriores

Experiencia validada del demandante

Otros:

Disponibilidad de horario

Foto actualizada

¿Qué perfil de empleado espera encontrar en nuestra base de datos? *

Sin estudios

Tercer Nivel

Primaria

Cuarto Nivel

Secundaria

El personal que con frecuencia usted requeriría para reemplazos de que

área es: *

Producción - Operativos

Salud

Administrativa

Otro:

Contable

Asistentes polifuncionales

Mensajería

Cocina

Informática

Diseño

Servicios locales (limpieza, albañilería, instalación)

Enfermería

Parvulario

Sistemas computacionales

Ventas

Edición, escritura, contenido

Docencia

Ingeniería (Civil, comercio exterior)

Abogacía

Arte

Arquitectura

Oficios (confección, estilistas)

Transporte

LINK: <https://goo.gl/forms/gDj4kWsf0xNDGtwU2>

Anexo 5: Encuesta para solicitud de trabajos eventuales

El propósito de esta encuesta es recabar información sobre las personas interesadas en ofertar sus servicios para trabajos eventuales y ocasionales por horas.

Edad *

18-25

26-33

34-41

42-En adelante

Ciudad en la que reside: *

Quito Norte

Quito Centro

Quito Sur

Valle de los Chillos

Valles – Cumbayá –

Tumbaco – Puembo

Ciudades periféricas

Otro:

¿Cuál es su nivel de estudios? *

Sin estudios

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

Elija su situación actual: *

Estudios terminados

Estudios concluidos

Estudios inconclusos

Estudios en proceso

¿Usted se encuentra actualmente laborando? *

Sí

No

Bajo que modalidad laboral se encuentra:

Contrato indefinido

Prestación de servicios

Ocasionales - Eventuales -

Temporales

Independiente

Ninguna

Other:

¿Cuánto es su ingreso mensual? *

Menor a \$375

\$375

\$375 - \$550

\$550 - \$725

\$725 - \$900

Mayor a \$900

¿Le gustaría tener un ingreso extra por una oferta laboral

complementaria de acuerdo al tiempo que dispone? Si le ofreciéramos

una aplicación para acceder a este tipo de ofertas ¿la descargaría? *

Sí

No

Tal vez

¿Cómo le gustaría recibir información de este servicio? *

Redes sociales

Correo electrónico

Flyers

Prensa escrita

Anuncios en vía pública

Eventos especializados

Other:

¿En qué horario le gustaría trabajar en ofertas laborales eventuales? *

Día	Fines de semana
Tarde	Feridos
Noche	

¿Con qué frecuencia le gustaría trabajar en ofertas laborales

eventuales? *

Una vez al día	Una vez al mes
Varias veces al día	Varias veces al mes
Una vez a la semana	Nunca
Todos los días de la semana	

Por un contrato del día que se pague \$10 (hora), estaría dispuesto a

pagar a la empresa caza talentos una comisión de:*

\$1	\$3
\$2	Ninguno

Señale las áreas en las que posee experiencia laboral: *

Producción - Operarios
Administrativa
Contable
Asistentes polifuncionales
Mensajería
Cocina
Informática
Diseño
Servicios locales (limpieza,
albañilería, instalación)
Enfermería
Parvulario
Sistemas computacionales
Ventas
Edición, escritura, contenido
Docencia
Ingeniería (Civil, comercio
exterior)
Abogacía
Arte
Arquitectura
Oficios (confección,
estilistas)
Transporte
Salud
Other:

LINK: <https://goo.gl/forms/ayIlp9piyLoqqvB62>

Anexo 6: Cotizaciones Estrategias Marketing Mix

Cotización Creación Página Web



Av. 6 de Diciembre y Granados, Parque Real
02 3360-252 | 098 7543-673
info@paginaswebecuador.ec

CARACTERÍSTICAS



SU WEB SE VISUALIZARÁ CORRECTAMENTE EN:

- Sistemas operativos de escritorio: Windows 8+ y MacOSX 10.10+
- Sistemas operativos móviles: iOS 7+ y Android 4.1+
- Navegadores de escritorio: Internet Explorer 10+, Firefox 30+, Chrome 38+, Safari 8+



SU PÁGINA WEB INCLUYE:

- Programación en HTML5 + CSS3 (código puro no administrable por el cliente)
- Máximo 5 secciones principales (cada sección informativa adicional tiene un valor extra de \$49 + IVA)
- Máximo 5 subsecciones (las subsecciones deben conservar la estructura original de la sección)
- Hoja de contacto direccionada al correo corporativo (inserción de texto en los campos: nombre, teléfono, email, mensaje)
- Tratamiento especial en el homepage con transición de imágenes en el banner principal.
- Dirección geográfica a través del Google Maps (según alcance de la plataforma)
- Galería de fotografía y/o video de proyectos, productos o servicios.
- Visualización en dispositivos móviles.
- Indexación en los buscadores.
- Links externos ilimitados.



GRATIS USTED RECIBE EL PRIMER AÑO:

- Servicio de hosting de 5GB + dominio (.com, .org, .net) (*)
- Cuentas de correo electrónico con su dominio (revisión por medio de Webmail) (*)
- Administración de contenidos gratuita e ilimitada en texto y fotografía en el formato original de la web (*)
- Imágenes profesionales genéricas de su tipo de negocio de nuestro banco de imágenes de Shutterstock (según disponibilidad)

(*) Servicios gratis por el primer año, no reembolsable ni canjeable.
(*) A partir del segundo año debe cancelar una anualidad por Hosting + Dominio + Administración de Contenidos de \$79 + IVA.
(*) Si el cliente provee los servicios de Hosting + Dominio a partir del segundo año debe cancelar una anualidad por Administración de Contenidos de \$59 + IVA.



SU PÁGINA WEB NO INCLUYE:

- Sistemas o funcionamientos no detallados anteriormente.
- Recopilación y/o revisión de información para la página web.
- Reembolso y/o canje si el cliente provee servicio de hosting y dominio.

(*) (servicios se pueden contratar de manera adicional)

SERVICIOS ADICIONALES



CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO

- En buscadores (Google)
- En redes sociales (Facebook y Twitter)
- Community (Facebook y Twitter)



DISEÑO GRÁFICO

- Diseño corporativo (Branding)
- Diseño publicitario
- Diseño editorial
- Impresión y reproducción
- Productos promocionales



FOTOGRAFÍA, AUDIO Y VIDEO

- Fotografía de estudio y campo
- Videoproducción de comerciales
- Estudio de grabación de audio

VALORES, TIEMPOS Y FORMA DE PAGO



La elaboración de la página web tiene un valor de \$449 + IVA (\$511,86) y los pagos se desarrollan en 3 partes, el 50% a la firma del contrato, en 3 días laborables se presenta el boceto plano (fotografía de la página de inicio) por parte del cliente se hacen las correcciones necesarias y se aprueba el boceto plano, se hace el pago del 25% y la entrega total de la información por parte del cliente para el inicio de la programación de la página web, en 10 días laborables se sube la web en un servidor provisional, el cliente lo revisa, aprueba y cancela el 25% final y se procede a realizar la compra de hosting y dominio además de la creación de las cuentas de correo con un periodo de activación de máximo 2 días laborables, se sube la página web al servidor.

* La realización del pago de los valores se puede realizar por medio de efectivo, transferencia bancaria, depósito o cheque.
* Para cobro con tarjeta de crédito se lo realiza por medio de PayPal del 100% del valor del contrato.





The image displays the Editorial Vistazo logo at the top center, featuring the word "EDITORIAL" in small white capital letters above "VISTAZO" in large, bold white capital letters, with a stylized graphic of three slanted lines above the "O". Below the logo, six magazine covers are arranged in a circular pattern on a dark wood-grain background. The covers include:

- HOGAR**: A woman's face, with text "Sin miedo con Susi Haladyn" and "Especial Novias del Año".
- VISTAZO 500**: Large "500" in colorful digits, with text "MAYORES EMPRESAS DEL ECUADOR".
- América económica**: A man's face, with text "CONZALO CHIMBOGACHAYES" and "ACTITUD GANADORA".
- iHOLA**: A couple, with text "GEORGE Y AMALIA CLOONEY YA SON PAPAS".
- Estadio**: A soccer player, with text "10 EQUIPOS" and "JUAN JOSE TOLOSA".
- Mamá**: A baby, with text "9 meses de cambios en tu cuerpo" and "GRATIS Certificados de paternidad".

At the bottom, the text "Media Kit" is positioned above the large "2018" in a white serif font. To the right of "2018", separated by a vertical line, is the text "Tarifas y medidas para revistas" in a white sans-serif font.

VISTAZO



PERFIL DEL LECTOR

EDAD		NSE		SEXO		Fuente: INTERVU
12 - 17 años	12%	A/B	31%	Hombres	52%	
18 - 24 años	18%	C+	33%	Mujeres	48%	
25 - 39 años	33%	C	36%			
+40 años	37%					

TARIFAS

Precios de publicaciones según el formato

*Tarifas no incluyen IVA

LECTORÍA

+298,000 lectores

Fuente: INTERVU

500 Empresas	
Portada Interior	\$ 4.370
Contraportada Interior	\$ 4.130
Contraportada Exterior	\$ 4.800
Página Tercera	\$ 4.500
Página Derecha	\$ 3.760
Doble Página	\$ 6.380
Publireportaje	\$ 4.300
2/3 Página	\$ 2.780
1/2 Página	\$ 2.250
1/3 Página	\$ 1.600
1/4 Clasificados	\$ 810
1/8 Clasificados	\$ 450

Edición regular	
Portada Interior	\$ 4.160
Contraportada Interior	\$ 3.940
Contraportada Exterior	\$ 4.580
Página Tercera	\$ 4.290
Página Derecha	\$ 3.580
Doble Página	\$ 6.070
Publireportaje	\$ 4.030
2/3 Página	\$ 2.640
1/2 Página	\$ 2.130
1/3 Página	\$ 1.520

Enfoque/Suplementos	
Portada Interior	\$ 2.600
Contraportada Interior	\$ 2.450
Contraportada Exterior	\$ 2.820
Página Tercera	\$ 2.630
Página Derecha	\$ 2.200
Doble Página	\$ 3.750
Publireportaje	\$ 2.500
1/2 Página	\$ 1.260
1/3 Clasificados	\$ 885
1/4 Clasificados	\$ 550
1/8 Clasificados	\$ 310

CALENDARIO DE CIRCULACIÓN Y CIERRE

EDICIÓN	CIRCULACIÓN	CIERRE	ESPECIAL
1209	11 - Ene	4 - Ene	
1210	25 - Ene	12 - Ene	
1211	8 - Feb	26 - Ene	
1212	23 - Feb	5 - Feb	Reputación Corporativa
1213	8 - Mar	23 - Feb	Mujeres Poderosas en el Ecuador
1214	22 - Mar	9 - Mar	Vistazo Verde al Ecuador
1215	6 - Abr	23 - Mar	
1216	19 - Abr	6 - Abr	Construcción I
1217	4 - May	20 - Abr	
1218	17 - May	4 - May	Los 100 mejores colegios del Ecuador
1219	1 - Jun	18 - May	
1220	21 - Jun	1 - Jun	Ranking Automotor
1221	5 - Jul	22 - Jun	
1222	19 - Jul	5 - Jul	100 Marcas Top of Mind
1223	2 - Ago	19 - Jul	
1224	17 - Ago	3 - Ago	Los Capitanes de la Industria
1225	31 - Ago	17 - Ago	
1226	21 - Sep	3 - Sep	500 Mayores Empresas del Ecuador
1227	4 - Oct	21 - Sep	
1228	19 - Oct	5 - Oct	Construcción II
1229	1 - Nov	19 - Oct	
1230	15 - Nov	5 - Nov	Las 100 Empresas que más crecieron
1231	30 - Nov	16 - Nov	
1232	14 - Dic	7 - Dic	Recuento Anual 2018

PNT (publicidad no tradicional):

Complementamos su marca con un talento de pantalla de Ecuavisa, generando así mayor credibilidad y exposición del producto.

Recargo del 50% sobre valor de tarifa publicada.

Síguenos:
vistazo.com
@RevistaVistazo

Medios digitales
+ 57.8K seguidores
+ 334K seguidores

DIMENSIONES



Medidas de los avisos según cada revista

VISTAZO **HOGAR** **Estadio** **Mamá**

Página Derecha



Tamaño del aviso
21,8 cm x 27 cm
Límite de texto
20,8 cm x 26 cm

1/2 Pág. Vertical



Tamaño del aviso
10,9 cm x 27 cm
Límite de texto
9,9 cm x 26 cm

1/2 Pág. Horizontal



Tamaño del aviso
21,8 cm x 13,5 cm
Límite de texto
20,8 cm x 12,5 cm

1/3 Pág. Vertical



Tamaño del aviso
7,2 cm x 27 cm
Límite de texto
6,2 cm x 26 cm



Doble página
Tamaño del aviso
43,6 cm x 27 cm
Límite de texto
42,6 cm x 26 cm

En caso de tener texto
en el centro
dejar una
separación
de 5mm

iHOLA!
ECUADOR

Página Derecha



Tamaño del aviso
24 cm x 33 cm
Límite de texto
20,8 cm x 31,8 cm

1/2 Pág. Vertical



Tamaño del aviso
12 cm x 33 cm
Límite de texto
10,8 cm x 31,8 cm

1/2 Pág. Horizontal



Tamaño del aviso
24 cm x 16,5 cm
Límite de texto
23 cm x 15,5 cm

Doble página



Tamaño del aviso
48 cm x 33 cm
Límite de texto
42,6 cm x 31,8 cm
En caso de tener texto
en el centro dejar una
separación de 5mm

América
economía

Suplementos de
VISTAZO

Página Derecha



Tamaño del aviso
20,2 cm x 26,6 cm
Límite de texto
19,2 cm x 25,6 cm

1/2 Pág. Vertical



Tamaño del aviso
10,1 cm x 26,6 cm
Límite de texto
9,1 cm x 25,6 cm

1/3 Pág. Vertical



Tamaño del aviso
6,7 cm x 26,6 cm
Límite de texto
5,7 cm x 25,6 cm

1/2 Pág. Horizontal



Tamaño del aviso
20,2 cm x 13,3 cm
Límite de texto
19,2 cm x 12,3 cm

Doble página



Tamaño del aviso
40,4 cm x 26,6 cm
Límite de texto
39,4 cm x 25,6 cm
En caso de tener texto
en el centro dejar una
separación de 5mm

Cotización Tríptico

 VISIÓN ediciones, publicaciones & servicios		PROFORMA No. 045-2017	
Fecha: Quito, diciembre de 2017		Empresa / Contacto: Nicole Izquierdo	
Dirección: Conf.		Teléfonos:	
Producto: Flyer			

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
► Flyer publicitario	50	1,70	85,00
Impreso papel couché brillante 90gr, full color t/r	100	1,20	120,00
Cortado, barniz uv t/r	1000	0,22	220,00
SUBTOTAL			
DESCTO%			
TOTAL			

Observaciones: **Valores no incluyen IVA**

Condiciones de pago:

Tiempo de entrega: Según acuerdo

Validez de la oferta: 15 días hábiles

"EL CLIENTE" es el responsable por el uso de propiedad intelectual, derechos de autor, imágenes, fotografías, textos y marcas registradas. Para el cumplimiento de la entrega del producto aquí descrito, el CLIENTE se compromete a la entrega oportuna del material, tomando en consideración que el retraso en ello ocasionará retraso en la entrega del producto sin que esto comprometa a VISIÓN EPS a la terminación del Pedido aquí descrito.

Por VISIÓN ediciones, publicaciones & servicios Por "EL CLIENTE"

Cotización Diseñador de Interiores

PRESUPUESTO					
ÁREA	DESCRIPCION	HORAS	UNIDADES	PRECIO.U	TOTAL
Diseño	Hora de asesoramiento	8		12	\$ 96
TOTAL PRESUPUESTO :					\$ 96.00

Cotización marco fotográfico



Fernanda Izurieta
EVENTOS GAUDINI
RUC: 1706321096001



Rafael Aulestia e Isabel Emperatriz Díaz
Sector La Campiña – Quito



02 2412717 / 0984850490 / 098402380



mafer_ir@hotmail.com

Quito, DM diciembre 21 del 2017

Señorita

SOFÍA NICOLE IZQUIERDO ROMERO

WORK TODAY EC

Presente.-

De mi consideración:

Me es grato presentar a usted la cotización solicitada, misma que incluye impuestos de ley.

Requerimiento	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Diseño y diagramación cuadro fotográfico: Impresión y entrega	1	30,00	30,00
		SUTOTAL	30,00
		IVA 12%	3,60
		TOTAL	33,60

En espera de su favorable acogida, anticipo mi agradecimiento.

Fernanda Izurieta

Cel.: 0984850490